Revista del
CONSUMIDOR
Profeco

Procuraduría Federal del Consumidor • México • Número 328 • Junio 2004 • www.profeco.gob.mx • $20.00 • ISSN 0185-8874

Reporte del Laboratorio
ROPA INTERIOR PARA HOMBRE

AGENDAS ELECTRÓNICAS

DISFUNCIÓN ERÉCTIL
Entre el remedio y la charlatanería

Platillo Sabio Profeco
Arroz Waldorf

Adicciones, cómo proteger a sus hijos

Tecnología Doméstica Profeco: crema para rasurar

Sumario

4
Buzón del lector

6
Miscelánea del consumo

8
7 derechos básicos
Derecho a la educación

10
Productos revolucionarios
Jeans

12
Profeco en acción
Reformas a la LFPC

32
Quién es quién en los precios
PDAs, lo que cuestan

46
Hábitos de consumo
Para ser un padre muy padre

50
Qué hay detrás de
Disfunción eréctil

58
Publicidad
Viagra y más

60
A su salud
Adicciones

66
Herbolaria mexicana
Cabellitos de maíz

76
Pequeños consumidores
¡Aguas con las drogas!

78 Yo, consumidor

80 Avances

Junio 2004, Núm. 328

16 Compras en línea

Radiografía de los servicios

36 Ropa interior masculina

El Laboratorio Profeco reporta

22 Agendas electrónicas (PDAs)

El Laboratorio Profeco reporta

68 Arroz Waldorf

Platillo Sabio Profeco

72 Crema para rasurar

Tecnología Doméstica Profeco

Directorio

Procurador Federal del Consumidor
Carlos Arce Macías

Coordinador General de Investigación y Divulgación
Luis Mariano Acévez Estrada

Directora General de Radio y Televisión
Mónica Braun Guillén

Revista del CONSUMIDOR

Director Editorial
Mateo Miguel García

Directora de Arte y Diseño
Norma Patiño Domínguez

Jefa de Redacción
Jacqueline Ruiz Gómez

Jefa de Información
Alejandra Sánchez Plascencia

Reporteros
José Armando Aguilar Pérez
Sandra Sandoval Flores

Responsable de diseño
Javier Caballero Sandoval

Jefe de Diseño
Víctor M. Gutiérrez García

Diseño
Mónica Miranda Villalba
Alfonso J. Solís Loza
Roberto Paz Amaya
Diana Patricia González Juárez

Fotógrafo
Juan José Morín

Corrección
Luis Amador Valdez Vázquez

Consejo Editorial
Carlos Arce Macías
Luis Mariano Acévez Estrada
Jacoba Niembro De Lobo
Gustavo Flores Macías
Raúl García Moreno Elizondo
Gabriela Hernández Cardoso
Carlos Miguel Jaime Vázquez
José Rodrigo Roque Díaz
Octavio Rangel Frausto

Publicidad institucional y fax
5553-0574

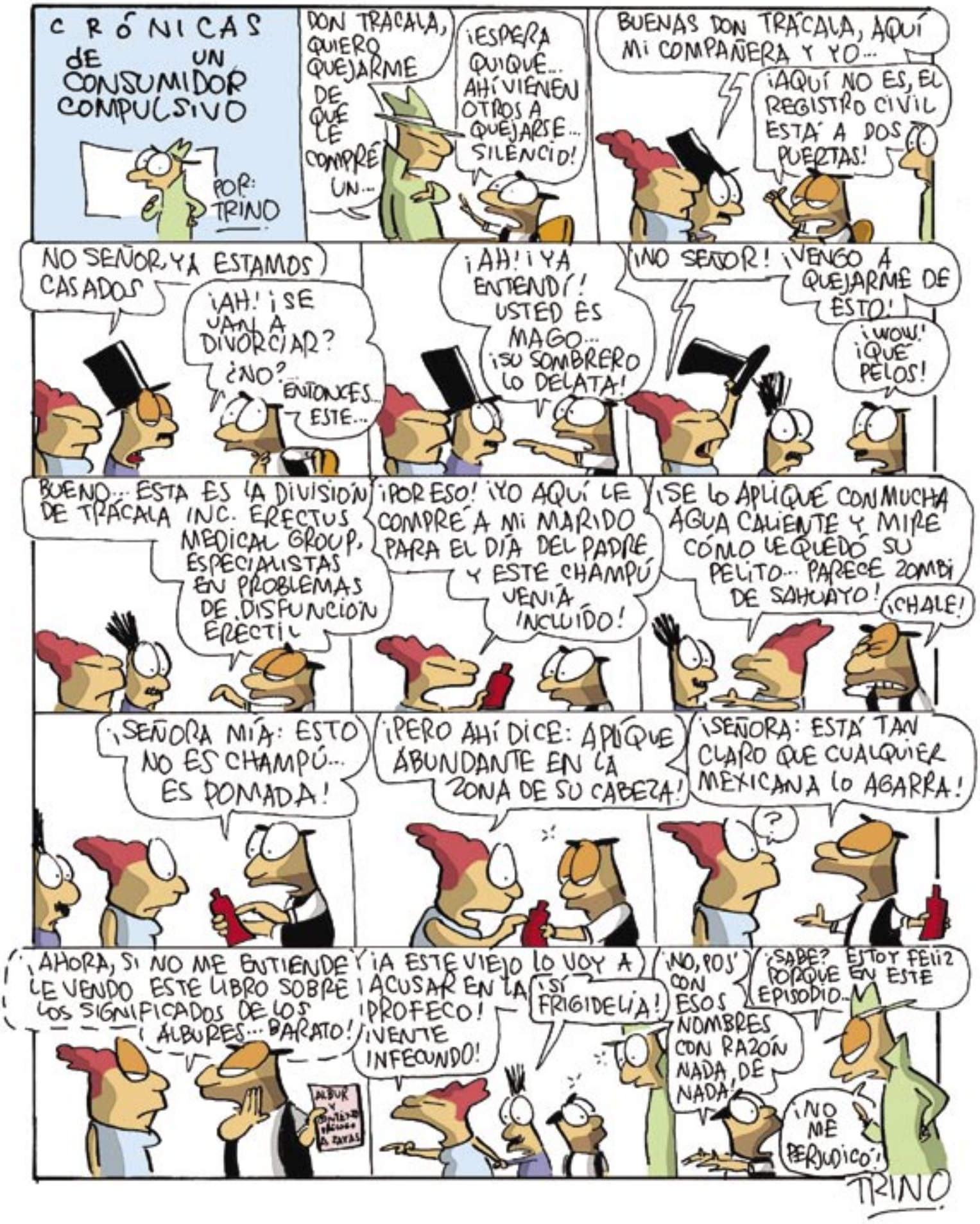
Envíenos sus comentarios y sugerencias a José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, Delegación Cuauhtémoc; al apartado postal 20600, México, D. F.; o vía Internet: rconsumidor@profeco.gob.mx
Teléfono 5568-8722

El amor intangible

El amor de papá es fundamental para el desarrollo de cualquier ser humano. Con él aprendimos el valor del trabajo cada tarde que no estaba en casa y se encontraba en la oficina; de la responsabilidad cuando sabíamos los problemas que una mala nota en la escuela podía traernos cuando viera la boleta; y sobre todo, el significado de la independencia: qué sería de nosotros si nunca nos hubiera soltado en la bicicleta para que nos atreviéramos a pedalear solos, con la certeza de que él estaría detrás para ayudarnos a levantarnos si caíamos.

La labor de un padre parece un tanto intangible porque no tiene la presencia cotidiana de la figura materna, pero sí es una fuerza intensa y vigorosa que nos respalda en cada momento. Por eso, en este número quisimos hacer un homenaje a los padres y preparamos varias entregas de su interés, entre las que destaca una sobre lo que en la actualidad significa ser un buen padre y la presión que existe para ejercer la paternidad a través del consumo.

A todos los papás del mundo, les deseamos muchas felicidades en su día.


CRÓNICAS DE UN CONSUMIDOR COMPULSIVO
POR: TRINO
DON TRACALA, QUIERO QUEJARME DE QUE LE COMPRÉ UN...
¡ESPERA QUIQUÉ... AHÍ VIENEN OTROS A QUEJARSE... SILENCIO!
BUENAS DON TRÁCALA, AQUÍ MI COMPAÑERA Y YO...
¡AQUÍ NO ES, EL REGISTRO CIVIL ESTÁ A DOS PUERTAS!
NO SEÑOR, YA ESTAMOS CASADOS
¡AH! ¡SE VAN A DIVORCIAR? ¿NO? ENTONCES... ESTE...
¡AH! ¡YA ENTENDÍ! USTED ES MAGO... ¡SU SOMBRERO LO DELATA!
¡NO SEÑOR! ¡VENGO A QUEJARME DE ESTO!
¡WOW! ¡QUÉ PELOS!
BUENO... ESTA ES LA DIVISIÓN DE TRÁCALA INC. ERECTUS MEDICAL GROUP, ESPECIALISTAS EN PROBLEMAS DE DISFUNCIÓN ERECTIL
¡POR ESO! ¡YO AQUÍ LE COMPRÉ A MI MARIDO PARA EL DÍA DEL PADRE Y ESTE CHAMPÚ VENÍA INCLUÍDO!
¡SE LO APLIQUÉ CON MUCHA AGUA CALIENTE Y MIRE CÓMO LE QUEDÓ SU PELITO... PARECE ZOMBI DE SAHUAYO!
¡CHALE!
¡SEÑORA MÍA: ESTO NO ES CHAMPÚ... ES POMADA!
¡PERO AHÍ DICE: APLÍQUE ABUNDANTE EN LA ZONA DE SU CABEZA!
¡SEÑORA: ESTÁ TAN CLARO QUE CUALQUIER MEXICANA LO AGARRA!
?
¡AHORA, SI NO ME ENTIENDE LE VENDO ESTE LIBRO SOBRE LOS SIGNIFICADOS DE LOS ALBURES... BARATO!
ALBUR Y SINÓNIMOS FÁCILES DE RECORDAR
¡A ESTE VIEJO LO VOY A ACUSAR EN LA PROFECO! ¡VENTE INFECUNDO!
¡SÍ FRIGIDELIA!
¡NO, POS' CON ESOS NOMBRES CON RAZÓN NADA, DE NADA!
¿SABE? ESTOY FELIZ PORQUE EN ESTE EPISODIO...
¡NO ME PERJUDICO!
TRINO

Su opinión es importante

Envíenos sus comentarios acerca de la revista a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, México D. F., o por Internet a rconsumidor@profeco.gob.mx

Esperamos sus cartas

Inconforme con la tira de Trino

Saludos. Les escribo para comentarles que en el número de abril de la *Revista del Consumidor*, en el espacio destinado a la caricatura de Trino, hay una viñeta que me molestó un poco.

Se trata del momento en que el consumidor entrega sus ahorros envueltos en un pañuelo y el comerciante se mofa diciendo que parece de rancho. ¿Qué ser de rancho es denigrante? Además, con esta viñeta se menosprecia a todas aquellas personas que no tienen la posibilidad de adquirir una billetera.

Creo que ningún comentario dentro de su revista debiera ser ofensivo, por lo que siento que deben ofrecer una disculpa a los consumidores de escasos recursos.

Roberto Antúnez Estrada
Durango, Dgo.

Agradecemos su comentario, y aprovechamos para decirle que de ninguna manera los cartones de Trino son realizados con el afán de ofender a nadie en particular, más bien su intención es la de satirizar a los malos prestadores de servicios que se aprovechan del desconocimiento de sus clientes.

Por lo demás, también entendemos que usar pañuelo para guardar el dinero es una costumbre en ciertas regiones del país que pudiera no tener nada que ver con los ingresos de quien lo haga. Sea como fuere, hemos enviado su comentario a Trino para que, en sucesivas colaboraciones, sea más cuidadoso ante la posibilidad de ofender la susceptibilidad de nuestros lectores.

Una labor de todos

Les envío un cordial saludo desde la heroica Caborca, Sonora, "La perla del desierto". El motivo de mi carta es felicitarlos por el empeño que realizan para llevar a los consumidores un programa de televisión y una revista atractivos y muy útiles.

Quiero comentarles que soy coordinador del Programa de Desarrollo Humano Oportunidades, en la zona noroeste de Sonora, y que dentro de las actividades que realizamos impartimos unas sesiones educativas, principalmente a la población de escasos recursos. El programa atiende a 4,000 familias representadas por las jefas de familia generalmente. Yo doy platicas a un promedio de 800 mujeres y un centenar jóvenes al mes.

He decidido incluir a partir de mayo una Tecnología Doméstica **Profeco** en las sesiones que yo imparto (empezaremos con un repelente para mosquitos, pues hay muchos por aquí en época de calor, y con la receta para preparar panquecitos), para que de esta manera aprendamos a aprovechar los recursos que tenemos y así poder ahorrar. También tengo pensado incluir las recomendaciones que ustedes tienen para el hogar, que son muy prácticas y accesibles para todo público.

Con esto pretendo decirles que, cada quien desde su trinchera, debemos hacer algo para que México sea un país mejor. Les exhorto a seguir dando lo mejor de ustedes, yo por mi parte trataré de difundir su mensaje y sus recomendaciones que son muy claras y efectivas; espero que estas herramientas sirvan para que nuestros hijos, familia y comunidad sean los beneficiados y todos aprendamos a consumir de forma responsable.

Dr. Fernando Allende Herrera
Caborca, Son.

Agradecemos sus comentarios y lo felicitamos por la labor que realiza en su comunidad. Es muy gratificante saber que existen consumidores activos que promueven el consumo inteligente y responsable.

Si usted desea recibir apoyo o asesoría por parte de nuestra Institución, acuda al departamento de Organización de Consumidores de la delegación **Profeco** Sonora, ubicada en la calle de Oaxaca 150, esquina Centenario, en la colonia Centro de la ciudad de Hermosillo, o llame a los teléfonos 01 (662) 213-8614 y 213-8617.

Secretaría de Educación Pública (SEP)
Subsecretaría de Educación Básica y Normal (SEBy N)
Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE)

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA | SEP

TeleVisión educativa

La **DGTVE** transmite televisión educativa a través de la Red Edusat y en línea por internet

11 Telesecundaria (Sistema escolarizado certificado por la SEP)

12 Educación media superior a distancia (Bachillerato reconocido por la SEP)

13 Educación superior, media superior y formación continua

14 Actualización docente y capacitación para el trabajo

15 Educación básica, educación normal y educación para la sociedad

16 Espacio edusat

17 Educación superior y educación continua

18 Actualización profesional y capacitación laboral para el servicio público

Canal 22 — Canal Educativo de las Américas

23 — Centro Nacional de las Artes

117 Edusat radio — Espacio radiofónico para las culturas indígenas

La Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE) y el Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa (CETE) ofrecen:

- Producción audiovisual
- Apoyo pedagógico
- Difusión y documentación del audiovisual
- Actualización y diplomados en Educación y medios audiovisuales

La Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE), dependiente de la Subsecretaría de Educación Básica y Normal de la SEP, es responsable de la producción, programación y transmisión de contenidos educativos a través de medios electrónicos y digitales como son la Red Edusat e Internet.

Asimismo, la DGTVE se encarga de:

- Sistematizar y conservar la memoria audiovisual educativa a su cargo.
- Dar mantenimiento y operación técnica a la Red Edusat.
- Formar y capacitar especialistas en materia del audiovisual educativo, a través del Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa (CETE), en donde se imparten cursos, talleres y diplomados dirigidos a profesionales de la comunicación interesados en la producción, difusión y documentación del audiovisual con fines educativos, a través de modalidades presenciales, a distancia y mixta.

cete

http://dgtve.sep.gob.mx

Foto Archivo

Por Rodrigo Morales Argüello

Video-escándalo de Ford

Un video publicitario de Ford causó escándalo en la red. En él se muestra al SportKa, el modelo deportivo de la serie, decapitando un gato con su quemacocos. El fabricante de autos declaró que el comercial fue concebido como parte de una campaña "viral", pero que había sido rechazado y no debió difundirse.

Cabe aclarar que por publicidad "viral" se entienden videos cortos que se liberan por Internet y se distribuyen por correo electrónico (se piensa que son más efectivos, pues la gente los encuentra muy divertidos y les pone mayor atención).

Pero esta vez a los de Ford les salió el tiro por la culata: sus propios competidores se aprovecharon de su "metida de pata"; tal es el caso de Vauxhall, filial británica de Opel, que calificó el comercial como "una medida desesperada para vender automóviles".

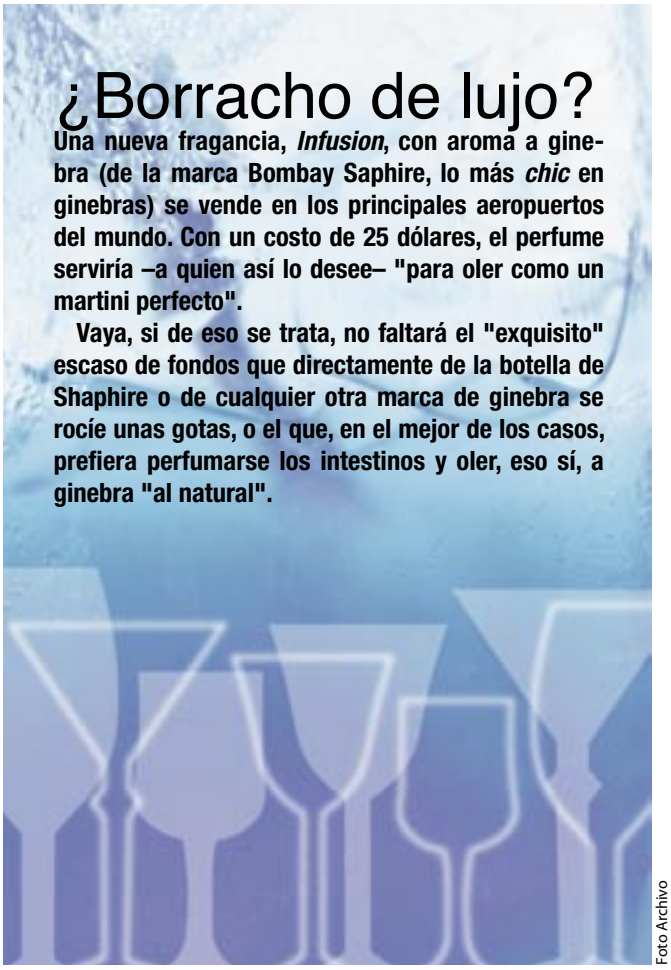
Por supuesto, las ligas defensoras de animales están que trinan de rabia.

Foto Archivo

Gel contra el sida para mujeres

En un futuro cercano, anuncian los científicos, estarán a disposición de las mujeres cremas o geles microbicidas que evitarán la infección por el VIH y otras enfermedades de transmisión sexual.

La gran ventaja de estos geles sobre otros métodos es que ellas mismas podrán ser las guardianas de su propia seguridad. De igual forma, se intenta que estos geles tengan un efecto anticonceptivo, pues así se evitaría el rechazo cultural que el preservativo recibe en los países más afectados por el sida.



¿Borracho de lujo?

Una nueva fragancia, *Infusion*, con aroma a ginebra (de la marca Bombay Saphire, lo más *chic* en ginebras) se vende en los principales aeropuertos del mundo. Con un costo de 25 dólares, el perfume serviría –a quien así lo desee– "para oler como un martini perfecto".

Vaya, si de eso se trata, no faltará el "exquisito" escaso de fondos que directamente de la botella de Shaphire o de cualquier otra marca de ginebra se rocíe unas gotas, o el que, en el mejor de los casos, prefiera perfumarse los intestinos y oler, eso sí, a ginebra "al natural".

Foto Archivo

Foto Archivo

El G-mail de Google

En breve, el servicio de mensajería electrónica G-mail, de Google, el buscador más usado en el mundo, ofrecerá 100 veces más capacidad de memoria que sus competidores Yahoo y MSN. Suena bien, ¿cierto? Sin embargo, nada será gratis en ese servicio.

A cambio de un acuerdo en que el usuario acepte recibir publicidad, también otorgará el derecho a Google de guardar copia de la correspondencia enviada... Google promete que lo que el usuario escriba será leído sólo por un software, que determinará qué tipo de anuncios enviarle.

Criticado severamente por la competencia, el lanzamiento se volvió controversia cuando la asociación británica Privacy International demandó a Google por atentar contra la protección de datos personales –hasta ahora, vigente en 17 países.

En Francia, el director de la comisión competente (CNIL) comentó: "incluso con el consentimiento del usuario, es un dispositivo que parece demasiado leonino". En contraste, en Inglaterra las autoridades correspondientes fallaron a favor de la empresa, argumentando que "puesto que las condiciones (del acuerdo) están claramente expresadas, no hay nada que juzgar".

¿Y usted, qué haría si le tocara decidir?

Foto Archivo

Madres y abuelas internautas

Sorpréndase: uno pensaría que en todo el mundo los adolescentes son los visitantes más asiduos de Internet. Pues no. Un estudio realizado por la firma Time Warner revela que el 40% de las mujeres norteamericanas mayores de 40 años dedica un 50% más de tiempo a chatear y a entretenerse con juegos en la red. Eso sí, el horario cambia: prefieren hacerlo entre medianoche y las cinco de la madrugada. Muy trasnochadoras las damas, ¿verdad?

Aclaración

Con respecto a la nota publicada en mayo sobre **campamentos recreativos para personas con discapacidad** que lleva a cabo el **DIF,** hacemos la siguiente aclaración: el programa no está abierto para la población en general, es una labor de la que se benefician organizaciones que proporcionan servicios de asistencia social a grupos vulnerables (niños, adolescentes, adultos mayores y personas con discapacidad). Las instituciones interesadas en participar deben hacer su solicitud a través del DIF de su estado. Para mayores informes, puede llamar al (55)3003-2200 extensiones 4241 y 4206.

2º derecho básico

Derecho a la información

Por José Armando Aguilar Pérez

A la hora de consumir es muy importante que conozca todas las características de los productos o servicios que desea adquirir. Hacer sus compras a ciegas puede acarrearle, además de algunos dolores de cabeza, diversos problemas que puede evitar si hace valer sus derechos como consumidor.

Todos los domingos por la tarde pasan los mismos programas televisivos: los musicales que a veces atentan contra la salud auditiva, y los de concursos, cuya única finalidad, al parecer, es ver quién se aburre primero, los espectadores o los protagonistas... sin contar las películas de acción repetidas hasta el cansancio. Eso pensaba Marcela cuando decidió buscar otra opción de entretenimiento en televisión. Al parecer, una buena alternativa para pasar una tarde más agradable en casa era comprar un reproductor DVD, por lo que acudió a un almacén.

Marcela se sorprendió al ver la amplia variedad de reproductores que exhibían, así que primero trató de definir cuál le gustaba más y después preguntar por sus características. Una vez que encontró el DVD de su agrado se percató de que no tenía precio y tampoco había alguien que le explicara cómo operaba el aparato que, según indicaba la etiqueta, además de DVD reproducía música en formato MP3.

Ilustración Víctor Gutiérrez

Derecho a la información

La publicidad, las etiquetas, los precios, los instructivos, las garantías y, en general, toda la información de los productos y servicios que le ofrezcan debe ser oportuna, completa, clara y verdadera, para que pueda elegir correctamente y comprar lo que realmente necesita.

Cuando por fin localizó al vendedor le preguntó sus dudas, pero como única respuesta recibió otra pregunta: "¿Lo va a comprar?". Marcela le contestó al empleado que no compraría un aparato que no sabía cuánto costaba ni cómo se utilizaba. El vendedor le contestó que si quería comprarlo o no ya era su decisión, y que el precio se había anunciado en los periódicos el día anterior.

Con enorme frustración, Marcela abandonó el establecimiento para dirigirse a la delegación **Profeco** más cercana, en donde comentó lo que le acababa de suceder. En **Profeco** le informaron que uno de los derechos básicos del consumidor es recibir toda la información que requiera para hacer sus compras, así que con la ley en la mano se le ayudó a resolver su problema.

El primer paso fue llamar al establecimiento para buscar una rápida solución. El gerente de la tienda admitió la falta de atención del empleado, y pidió que la consumidora acudiera de nuevo para que la atendieran como se merecía.

Así fue como Marcela pudo, con la información necesaria, tomar su decisión de compra.

¿Estás en la AFORE correcta?

Todas las **AFORES** cobran distintas comisiones y ofrecen atractivos rendimientos; por eso debes informarte.
Si quieres conocer qué **AFORE** es tu mejor opción, consulta vía telefónica en internet la **Calculadora de Proyección de Saldos**, con la que podrás comparar tu **AFORE** contra todas las demás y elegir la que más te conviene.

Infórmate y toma una buena decisión

¡Tu cuenta es lo que cuenta!

Centro de **A**tención **T**elefónica del **SAR**

5269-0205 (D. F.)

01800 5000-747 (interior de la República)

www.consar.gob.mx

CONSAR

Poniendo a México al día y a la vanguardia

¿Y tú, qué sabes de tu AFORE?

Jeans

Por Alejandra Sánchez Plascencia

Foto Juan José Morín

En 1853, cuando se desató "la fiebre del oro" en la costa oeste de Estados Unidos, al inmigrante alemán Levi Strauss se le ocurrió confeccionar un amplio overol para resistir el rudo trabajo que desempeñaban los mineros. La tela que usó fue denim color marrón (que después cambió a azul), un textil similar al que se usaba para fabricar carpas.

En 1872, Jacob Davis, un cliente de Strauss que le compraba overoles para luego venderlos a los mineros, le dijo que éstos se quejaban de que los bolsillos se descosían cuando los cargaban con el oro que extraían de las minas, y le propuso una solución: reforzar las esquinas de los bolsillos con pequeñas piezas metálicas.

En 1873, ambos fundaron Levi's Strauss & Co, la primera fábrica de pantalones de mezclilla, y registraron la prenda en la oficina de patentes estadunidense. En el transcurso del tiempo los overoles se convirtieron en los conocidos jeans, y de ropa de trabajo para mineros pasaron al guardarropa de todo tipo de hombres y mujeres sin importar ni la profesión ni la clase social a la que pertenezcan.

Fuente www.levistrauss.com/about/history/SP/1800.htm

Ojos que no ven...
consumidor que no ahorra

TV Revista del Consumidor

El programa que nos enseña a consumir de manera inteligente

Búsquenos en los siguientes horarios:*

- Canal 2: domingo, 5:30 am
- Canal 4: jueves, 5:30 am
- Canal 5: sábado, 12:00 de la noche y martes 6:00 am
- Canal 7: miércoles, 5:40 am
- Canal 9: viernes, 12:00 de la noche
- Canal 11: miércoles, 4:30 am
- Canal 13: lunes, 5:00 am
- Canal 22: martes, 6:40 am
- Canal 40: lunes, 3:30 pm
- Edusat 14: lunes y viernes, 9:00 am
- Edusat 17: viernes, 2:30 pm

*Los horarios pueden variar sin previo aviso.

Para estar siempre bien informado...
¡sintonice nuestro progama!

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Con la ley en la mano

Más y mejor protección para todos

Por Jacqueline Ruiz

Desde su expedición en 1992 la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) no había sufrido una reforma integral; ahora, ésta se actualiza para protegerlo mejor, darle más poder como consumidor y facilitar a los proveedores el cumplimiento de sus obligaciones. Éstos son los principales cambios que, poco a poco y conforme se vayan cumpliendo los requerimientos legales, entrarán en vigor.

Un año para presentar quejas

Antes: Usted tenía sólo seis meses para interponer su queja contra el incumplimiento de algún proveedor.
Ahora: Este término se amplia a un año.
Artículo: 105
Entrada en vigor: 4 de mayo de 2004.

Muchas veces, medio año no era suficiente para interponer una queja, pues los consumidores podían pasar varios meses tratando de resolver el problema directamente con el proveedor. Por tal motivo y para brindar mayor protección al consumidor, el término para presentar una queja se amplió a un año.

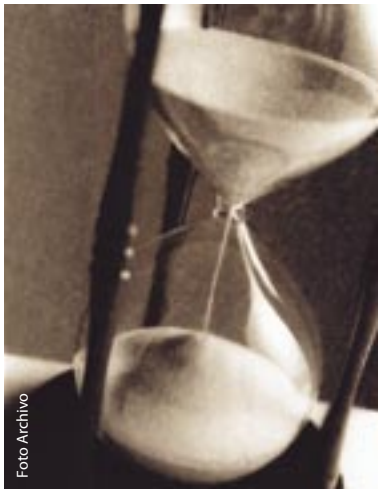


Foto Archivo

Servicios conexos y adicionales, sólo con autorización

Antes: Se regulaba de manera genérica la prestación de servicios conexos o adicionales al contratado inicialmente.
Ahora: Se especifica con mayor claridad la obligación de los proveedores de prestar servicios conexos o adicionales sólo con autorización previa del consumidor, por escrito o por vía electrónica.
Artículos: 10 y 86 bis
Entrada en vigor: 4 de mayo de 2004.

Por ejemplo, si al contratar su sistema de televisión por cable usted no solicitó que la empresa le enviara a su domicilio la revista de programación que recibe mes con mes y el cargo por ella aparece en su estado de cuenta, usted no tiene por qué pagarla, ya que el proveedor debe obtener su autorización por escrito o por vía electrónica antes de enviársela y realizar cualquier cargo por ella.

No más cláusulas abusivas

Antes: No se contemplaba expresamente la prohibición de que los contratos tuvieran cláusulas abusivas.
Ahora: Ningún contrato podrá contener cláusulas abusivas o desproporcionadas, y se establece la obligación de incluir en los contratos de adhesión (los elaborados unilateralmente por el proveedor) una cláusula que determine la competencia de **Profeco** en la vía administrativa par resolver cualquier problema relacionado con la interpretación o cumplimiento de éstos.

Además, **Profeco** revisará que aquellos que requieran registro cumplan con las disposiciones legales y con las Normas Oficial Mexicanas (NOMs) correspondientes.
Artículos: 85, 86, 87 y 90
Entrada en vigor: 4 de mayo de 2004.

Cualquier cláusula abusiva o desproporcionada contenida en un contrato se tendrá por no puesta, como aquellas que permitan al proveedor modificar unilateralmente el contenido del contrato o que obliguen al consumidor a renunciar a la protección de la ley, es decir, el que usted ya lo haya firmado no significa que tenga que cumplir con una obligación o restricción que afecte sus derechos como consumidor.

Garantía mínima

Antes: En términos generales, no se establecía un plazo mínimo de vigencia de la garantía.
Ahora: La garantía que los proveedores ofrezcan por sus productos o servicios nunca puede ser menor a 60 días.
Artículo: 77
Entrada en vigor: 4 de mayo de 2004.

Al comprar un producto o contratar un servicio que le ofrezca una garantía, usted puede sentirse más protegido, ya que contará con la seguridad de que el proveedor está obligado a certificar el buen funcionamiento o la calidad del artículo por un plazo de por lo menos 60 días.

Para facilitar a los proveedores el cumplimiento de sus obligaciones, **Profeco** publicará en el Diario Oficial de la Federación modelos de contratos de adhesión que los proveedores podrán utilizar para elaborar los suyos y que también deberán registrar ante la Institución, cuando la LFPC o las NOMs así lo determinen.

Mayor seguridad al comprar casa

Antes: La protección al consumidor en la compraventa de casas o inmuebles era muy general.
Ahora: Se especifican los requisitos que deben cumplir los fraccionadores, constructores o promotores en las operaciones con inmuebles para que usted tenga mayor seguridad en este tipo de operaciones.
Artículos: 73 a 75
Entrada en vigor: 4 de mayo de 2004.

Al comprar una casa o departamento comprometemos gran parte de nuestro patrimonio. Si usted ya decidió hacerse de una casa a través de un constructor, fraccionador o promotor de inmuebles, puede sentirse más seguro, pues la LFPC reformada contempla varios aspectos que le darán mayor protección.

Por ejemplo, los contratos que manejan las inmobiliarias, constructoras y demás empresas dedicadas a la compraventa de inmuebles deberán registrarse forzosamente ante **Profeco**; así, usted tendrá la garantía de que el contrato no contiene cláusulas que puedan afectar sus intereses.

Esta obligación se extiende también a los promotores, quienes, aparte del registro forzoso de sus contratos, deberán cumplir con ciertos requisitos.

Además, al ofrecerle una casa o departamento, el vendedor está obligado a darle información precisa acerca de las características del inmueble: mostrarle los planos; en el caso de preventas, las maquetas deben ser fieles a como está planeado el inmueble; la documentación necesaria para la operación debe estar completa, etcétera.

Adiós a la publicidad engañosa

Antes: Profeco podía ordenar a los proveedores que utilizaban publicidad engañosa la suspensión de la transmisión de sus comerciales, pero no podía ordenar a los medios de comunicación que así lo hicieran.
Ahora: En cuanto se compruebe que determinada publicidad es engañosa o induce al consumidor a error, **Profeco** podrá solicitar a televisoras, radiodifusoras y medios impresos que dejen de transmitirla.
Artículos: 25 bis fr. V, 32 y 35
Vigencia: 4 de mayo de 2004.

Cuando **Profeco** detecta que la publicidad de algún producto puede ser engañosa o inducir al consumidor a error, se inicia un procedimiento en el que el proveedor tiene que comprobar que lo dicho en sus comerciales o anuncios es cierto.

En estos casos, **Profeco** puede ordenar al proveedor que indique en su publicidad que la veracidad de lo dicho aún no ha sido comprobada ante la autoridad, además de que puede solicitar a los medios de comunicación que no la difundan más.

Entre que sí y que no, nada de suspensión del servicio

Antes: No había una disposición que prohibiera la cancelación del suministro de cualquier servicio periódico, como gas, telecomunicaciones o energía eléctrica, a un consumidor que tuviera un procedimiento pendiente por resolver en **Profeco**.
Ahora: Si al presentar su queja ante **Profeco,** el proveedor no ha suspendido el suministro de luz, gas, teléfono, etcétera, no podrá hacerlo mientras la queja se encuentre en trámite y el consumidor esté al corriente en el pago de los cargos que sí reconoce.
Artículo: 113
Entrada en vigor: 4 de mayo de 2004.

Supongamos que usted no reconoce varias de las llamadas de larga distancia que le están cobrando en su recibo telefónico, solicita una aclaración en la compañía de teléfonos y no le hacen caso.

Antes, no había de otra más que pagar y luego reclamar, si no, la suspensión era inevitable. Con esta reforma, al momento de presentar su queja ante **Profeco** antes de la cancelación del servicio, la compañía telefónica deberá seguir suministrando el servicio en tanto no se resuelva la queja. Lo mismo aplica en el caso de gas, luz, agua, etcétera.

Foto Archivo

Actualización de sanciones

Antes: Las sanciones contempladas en la ley no eran suficientes para inhibir su incumplimiento.
Ahora: Las sanciones se actualizan para disuadir a los proveedores de infringir la ley.
Artículo: 126 a 133
Entrada en vigor: 4 de mayo de 2004.

Con el propósito de fortalecer el carácter preventivo de **Profeco**, se actualizaron las multas y sanciones para inhibir el incumplimiento de la ley.

Foto Archivo

Protección para consumidores intermedios

Antes: Profeco sólo podía atender a consumidores finales.
Ahora: Las personas físicas o quienes estén acreditados como microempresas o microindustrias, que sean consumidores intermedios, también podrán acudir a **Profeco** para hacer valer sus derechos.
Artículos: 2 y 99
Entrada en vigor: 4 de noviembre de 2004 para personas físicas, y 4 de agosto de 2005 para personas morales.

El consumidor final es, por ejemplo, quien compra un pastel en una panadería. El panadero es el proveedor, pero también es consumidor intermedio al comprar a otro proveedor todos los insumos para elaborar sus productos: leche, huevos, mantequilla, harina.

Digamos que por algún motivo la leche no tiene la calidad prometida. Antes, al panadero no le quedaba más que acudir a los tribunales a resolver su problema, pues **Profeco** sólo recibía quejas de consumidores finales.

Esta situación dejaba desprotegido a un sector de la población que, si bien no era consumidor final, tampoco tenía las posibilidades económicas para acudir a un juzgado a hacer valer sus derechos, pues esto le resultaba más costoso al tener que pagar un abogado, perder largos meses en el proceso, etcétera.

Con esta reforma a la LFPC, si el monto reclamado no es mayor a 300 mil pesos, cualquier consumidor intermedio podrá acudir ante **Profeco** para hacer valer sus derechos, ya sea persona física o moral, siempre y cuando esta última esté acreditada como microempresa o microindustria en términos de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, y de la Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal.

Autofinanciamientos controlados

Antes: La ley establecía requisitos muy generales para la operación de los autofinanciamientos.
Después: Los requisitos que deben cumplir las personas morales que pretendan operar y administrar autofinanciamientos se contemplan de manera más clara y precisa.
Artículos: 63 a 63 quintus
Entrada en vigor: 4 de mayo de 2004.

Los sistemas de autofinanciamiento consisten en la integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero para ser administradas por un tercero con el fin de adquirir bienes muebles o inmuebles.

Con las reformas a la LFPC las personas morales que operen y administren estos sistemas de comercialización deberán estar autorizados por la Secretaría de Economía, para lo cual deberán cumplir con una serie de requisitos. Además, tendrán la obligación de registrar su contrato de adhesión ante **Profeco.**

Por otro lado, el plazo máximo para la entrega de bienes muebles (automóviles, por ejemplo) es de 5 años, y de los inmuebles, de 15.

Foto Archivo

Comercio electrónico seguro

Internet ha ampliado la posibilidad de adquirir bienes, contratar servicios y realizar pagos desde cualquier computadora. Sin embargo, muchos usuarios temen valerse de esta herramienta porque la consideran riesgosa, aunque estas transacciones son seguras si se toman las precauciones necesarias.

Las compras por Internet son una práctica a la que los mexicanos cada vez oponemos menos resistencia. De acuerdo con la Asociación Mexicana de la Industria Publicitaria y Comercial en Internet (AMIPCI), se estima que en el 2003 el 11.6% de la población mexicana tenía acceso a la Red. Además, un estudio[1] realizado por esta misma asociación mostró que el 80% de los cibernautas mexicanos navegan por Internet con frecuencia (cinco o más días a la semana) y alrededor del 54% han realizado compras o pagos en línea.

La ventaja que ofrece el comercio electrónico es la de poder realizar compras prácticamente en cualquier momento, sin tener que desplazarse físicamente a una tienda. Al comprar en línea se puede adquirir una gran variedad de bienes y servicios, desde ropa, libros o enseres domésticos (que se entregan por correo o mensajería), hasta bienes intangibles como programas de cómputo, servicios de entretenimiento, de información o educativos. Otra conveniencia del uso de Internet es la posibilidad de obtener mayor información sobre el producto o servicio que desee adquirir, ya sea del vendedor, del fabricante o de opiniones de otros consumidores en foros virtuales.

Sin embargo, y como en el caso del comercio tradicional, es importante conocer bien los riesgos a los que se puede enfrentar, como errores en el envío, impuntualidad en la entrega, problemas en cancelaciones o devoluciones, entre otros. Diversas investigaciones alrededor del mundo sugieren que el principal problema en las compras electrónicas es la desconfianza. Por ejemplo, de acuerdo con el estudio de la AMIPCI, entre las personas que tienen acceso a Internet y que no han comprado en línea, el 62% argumentó motivos de desconfianza para

[1] Hábitos de los usuarios de Internet en México 2003, realizada del 4 al 26 de agosto de 2003. Puede consultarla en www.amipci.org.mx

La ventaja que ofrece el comercio electrónico es la de poder realizar compras casi en cualquier momento, sin tener que desplazarse físicamente a una tienda.

no hacerlo, como temor a proporcionar datos de tarjeta de crédito o no saber si van recibir el producto que adquirieron.

Para reducir riesgos como éstos, organizaciones internacionales y autoridades gubernamentales han desarrollado lineamientos con el fin de evitar prácticas comerciales fraudulentas. En nuestro país, el Artículo 76 bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) establece disposiciones específicas sobre el comercio electrónico, en temas como la confidencialidad y seguridad de la información del consumidor, así como los datos que el vendedor debe proporcionar antes de celebrar cualquier transacción. Si bien esta ley sólo es aplicable en las operaciones realizadas con proveedores mexicanos, en otros países existen regulaciones similares.

Vaya a lo seguro

Las compras en línea son relativamente fáciles de realizar, sólo hay que acceder a una tienda virtual, elegir los productos deseados y luego la forma de pago. Pero antes de hacer su compra, asegúrese de que el proveedor cumpla con los siguientes puntos:

Identidad del vendedor. El proveedor debe especificar claramente su domicilio físico, dirección de correo electrónico, número telefónico y fax. De preferencia llame a los teléfonos del sitio para verificar su existencia y desconfíe de aquel que únicamente proporcione correo electrónico, números de teléfonos celulares o donde no haya modo alguno de entrar en contacto con el proveedor.

Información de bienes y servicios. Es obligación del vendedor dar información precisa sobre los bienes o servicios ofrecidos. Si tiene dudas sobre el producto pregunte o consulte en línea las especificaciones al fabricante para evitar engaños respecto a las características de los productos. Además, verifique que el producto tenga garantía vigente, y conozca cuáles son sus términos y condiciones.

Información sobre la transacción. El proveedor tiene la obligación de informarle detalladamente los costos totales, condiciones de compra y de entrega, restricciones y limitaciones de compra (que pueden ser geográficas o de número de bienes, por ejemplo), así como las opciones de pago que ofrece.

- **Costos.** Considere en el precio total del bien, los gastos de envío (que pueden ser cobrados por el vendedor o por un tercero, como una empresa de mensajería) e impuestos locales. En el caso de sitios extranjeros, considere también el tipo de cambio de la moneda en la que se hará la transacción y los costos de importación y embalaje.

  En la adquisición de bienes y servicios intangibles (acceso a Internet,

Antes de comprar...

- Considere los cargos adicionales, así como la facilidad de realizar algún cambio o devolución en los bienes adquiridos.
- Compare el tiempo que tardará en obtener el producto o servicio al comprar en línea y en una tienda física.
- Nunca asuma que las reglas de un sitio aplican igual que en otro. Siempre que haga una transacción, verifique cuáles son sus procedimientos, así como sus políticas de privacidad y seguridad.
- Cuando termine su compra en línea cierre correctamente su sesión como lo indica el proveedor (en algunos casos se muestra un botón en la pantalla que indica terminar, salir o *log-out*). Para mayor seguridad cierre la ventana del navegador que estaba utilizando, pues si deja abierta la sesión, otras personas pueden utilizar su información y hacer compras por usted.

Configuración del navegador

Para ver los elementos de seguridad en los sitios seguros, siga los siguientes pasos (aplicable a Microsoft Internet Explorer versiones 5 y 6):

1. Active la barra de estado para verificar la aparición de un candado o llave, lo que indica que se trata de un sitio seguro:

- Haga clic en la opción Ver.
- Revise que la barra de estado tenga una palomita (indica que está activada).

2. Active la barra de direcciones para verificar si la dirección de la página comienza con https, característica de los sitios seguros:

- Haga clic en la opción Ver.
- Dé clic en la barra de herramientas.
- Verifique que la barra de direcciones tenga una palomita.

3. Vea las alertas de seguridad para que el navegador le indique cuando va a accesar o salir de un sitio seguro:

- Haga clic en la opción Herramientas.
- Dé clic en Opciones de Internet.
- Seleccione la pestaña Opciones avanzadas .
- Busque la parte de Seguridad y active todo lo que diga Advertir (por lo general son las tres primeras opciones).
- De clic en Aceptar.

información periodística, programas de cómputo, archivos de audio, etc.) el proveedor posiblemente le permita un periodo de prueba sin costo. Si le solicita hacer un depósito o dar el número de su tarjeta de crédito para disfrutarlo, tenga cuidado con la vigencia del tiempo de prueba, ya que al no cancelar oportunamente le cobrarán por el uso del producto o servicio.

- **Condiciones de entrega.** El vendedor debe especificar el tiempo aproximado de entrega y la forma de envío. El costo y la rapidez con la que llegue el pedido dependen del tipo de mensajería o correo que solicite (terrestre o aéreo). En sitios extranjeros verifique que efectivamente el vendedor realice envíos a México.
- **Condiciones de devolución, reembolso y cancelación.** Cuando vaya a realizar alguna transacción en línea, el sitio debe proporcionarle información relacionada con políticas de cancelación, devolución, reembolsos y cambios. Léalas detenidamente y compre sólo en caso de estar de acuerdo con ellas.

Desconfíe de los sitios que condicionan la información de sus políticas requiriendo datos personales o a través de la compra. Usted debe tener acceso a toda la información del producto antes de realizar la transacción.

Hay devoluciones con restricciones, por ejemplo, en el caso de discos compactos y programas de cómputo, que muchas veces sólo pueden ser devueltos si no se han abierto. En otros casos no hay devoluciones, por ejemplo, al adquirir una canción en formato MP3.

Pago. Los medios de pago a través de Internet son diversos y están evolucionando rápidamente. Los más comunes son el depósito en la cuenta bancaria del vendedor o a través de alguna tarjeta de débito o crédito. A pesar de que esta última es la más rápida, los compradores en línea suelen desconfiar de que la tienda virtual haga cargos no pactados originalmente. Sin

Desconfíe de los sitios que condicionan la información de sus políticas requiriendo datos personales o a través de la compra.

No compre problemas

Como en cualquier otro tipo de comercio, no compre productos o servicios prohibidos o que violen los derechos de propiedad intelectual.

Entre los productos prohibidos se encuentran:

- Narcóticos
- Órganos o residuos humanos
- Animales y fauna salvaje o especies en vía de extinción
- Monedas, billetes o estampillas falsificadas
- Fuegos artificiales
- Material explosivo
- Armas de fuego ilegales
- Artículos que promuevan la violencia o discriminación
- Decodificadores de televisión por satélite, cable y antenas no autorizados
- Que forman parte del patrimonio histórico

Los productos que violan los derechos de propiedad intelectual son:

- Piratería de discos compactos, programas de cómputo y películas
- Música no autorizada en formato MP3

Otros productos prohibidos son:

- Documentos de identidad
- Bases de datos personales

también puede presentarse en una tienda física, por lo que no es exclusiva de las compras en línea, sino de la confiabilidad del proveedor. Para reducir el riesgo, consulte con su banco la posibilidad de limitar su crédito en compras electrónicas.

También existen servicios de pago en los que algunas empresas fungen como intermediarias entre comprador y vendedor. El comprador abre una cuenta mediante tarjeta de crédito o depósito bancario con la empresa intermediaria y ésta paga al sitio en donde compró. Así, la información financiera del cliente solamente es conocida por la empresa de pagos, reduciendo el riesgo de la transacción si se realizan compras con varios proveedores. Algunos ejemplos son PayPal; ePaid, de Todito.com; EsMas CA$H, de esmas.com, y Quick Pay, de Western Union.

Otra forma de pago menos común en nuestro país son los servicios en línea de retención de pago (*online escrow services*). Éstos son parecidos a los servicios de pago, pero difieren un poco de ellos: el comprador deposita el dinero en la empresa intermediaria, a través de un pago con tarjeta de crédito, depósito referenciado, transferencia en línea o cheque. Una vez que la empresa intermediaria confirma el depósito, se le informa al vendedor que puede enviar el artículo. Cuando el comprador recibe su compra y queda conforme, acepta la liberación del pago y la empresa retenedora envía el dinero al vendedor. La empresa retenedora cobra una comisión por el servicio (equivalente a un porcentaje del costo del artículo), la cual, por lo general, es pagada por el comprador.

Los servicios en línea de retención de pago son una forma segura de realizar compras en Internet, ya que el consumidor tiene la posibilidad de revisar el artículo antes de que se gire el pago al vendedor. En México, este servicio se ofrece, por ejemplo, en el sitio de subastas Mercado Libre.

Confirmación. Antes de concluir su transacción, el sitio debe proporcionarle una página de confirmación donde usted verifique que su orden incluye únicamente los bienes y servicios que desea comprar. En caso necesario, el sitio debe permitirle modificar o corregir su orden.

Los servicios en línea de retención de pago son una forma segura de realizar compras en Internet, ya que el consumidor tiene la posibilidad de revisar el artículo antes de que se gire el pago al vendedor.

Es común que el proveedor envíe al comprador un correo electrónico de confirmación con todos los datos de la transacción. Guarde esta información o imprima una copia completa de toda su operación después de concluir su orden para respaldarse en caso de que se presente algún problema.

Rastreo. Una vez hecha su compra en línea, algunos sitios le ofrecen un sistema de rastreo, que le permite conocer en qué parte del proceso se encuentra su pedido y cuánto tardará en llegar.

Servicio al cliente. Antes de comprar, verifique si el sitio le resolverá dudas durante su transacción o incluso después de ésta. Por lo general, los sitios cuentan con secciones de ayuda, soporte técnico y preguntas frecuentes.

Proteja sus datos

Cuando usted realiza alguna compra en línea, invariablemente debe proporcionar

Subastas por Internet

Otro tipo de comercio electrónico es el que se realiza entre particulares. El caso más común son los sitios de subastas, por ejemplo, De Remate (mexico.deremate.com) o Mercado Libre (www.mercadolibre.com.mx). Estos sitios funcionan como el aviso de ocasión de los periódicos, en donde cualquier persona anuncia ofertas específicas. El riesgo en este tipo de páginas es similar al que existe en las compras a través del periódico, y la responsabilidad de compraventa depende únicamente de quienes la realizan, no de la página de Internet.

Estos sitios ofrecen dos modalidades de compra: directa y por subasta. La primera funcionan como cualquier otra, el vendedor ofrece un único precio y el comprador decide si lo compra. En la subasta el comprador puede adquirir algún artículo de su interés, siempre y cuando ofrezca más dinero que las demás personas interesadas en obtenerlo.

La compra entre particulares implica un riesgo tanto para el que vende como para el que compra, ya que es una transacción de buena fe. No olvide que **Profeco** no tiene facultades para actuar en caso de incumplimiento en este tipo de transacciones, por lo que es importante tener en cuenta las siguientes precauciones:

- Obtenga el teléfono (no acepte celulares) y el domicilio del vendedor. Es muy conveniente que cierre la negociación por teléfono, no mediante correo electrónico.
- Considere que en estos sitios existe un sistema de reputación de comprador y vendedor, que se va generando de la opinión de cada una de las partes de la transacción. Un vendedor con muchas opiniones negativas es claramente poco confiable.
- No realice pagos en efectivo. Utilice cheques, depósitos en la cuenta bancaria del vendedor o servicios de pago en línea, así contará con una prueba de la transacción.
- Al comprar, conserve el número de identificación de la compra, identificación del vendedor y los correos electrónicos enviados entre usted y el vendedor, para que en caso de que se presente algún problema pueda identificar con más rapidez su transacción en el sistema del sitio.

Cómo son los sitios mexicanos

Entre el 31 de marzo y el 28 de abril del 2004 Profeco realizó un sondeo en 114 tiendas virtuales en Internet. Se visitaron tiendas virtuales de libros, alimentos y bebidas, discos, electrodomésticos, aparatos, programas y accesorios de cómputo, ropa, zapatos, viajes, periódicos, revistas, cursos, parejas en línea, entre otros. Los resultados se presentan a continuación.

Características de los sitios mexicanos de comercio electrónico

Información obtenida en visitas directas a 114 sitios entre el 31 de marzo y el 28 de abril del 2004.

		Porcentaje del total de sitios visitados que cumplen con:
Identidad del vendedor	Domicilio	86.8
	Correo electrónico	74.6
	Número telefónico	94.7
Información sobre la transacción	Descripción detallada de bienes o servicios	100
	Costos totales	96.5
	Moneda aplicable a la transacción	98.2
	Plazos de entrega	78.9
	Condiciones de devolución, reembolso y cancelación	50.9
	Ayuda en caso de dudas para consultar la página	80.7
	Corrección de errores en la orden de compra	78.1
Políticas de privacidad	Políticas explícitas de privacidad o de seguridad	38.6
	Especifica para qué utilizarán la información proporcionada por el usuario	38.6
	Especifica quiénes van a tener acceso a esa información	34.2
Seguridad del sitio	Para datos personales	45.6
	Para datos financieros*	77.1

* Porcentaje de sitios que utilizan tarjeta de crédito como forma de pago.

Del total de sitios visitados, se encontró que la gran mayoría disponen de información clara sobre la identidad del vendedor, de los bienes y servicios, de los costos y plazos de entrega, aunque hay algunos que no proporcionan ningún dato que identifique al vendedor, como domicilio o números telefónicos.

En este sondeo se encontraron deficiencias en cuanto a la información sobre las condiciones de cancelación, retorno, cambio o reembolso. Algunos sitios no las especificaban, mientras que en otros fue difícil encontrarlas. En todo caso, le recomendamos tener mucho cuidado con los sitios en los que no se presenta con toda claridad esta información, como www.unefon.com.mx (venta de celulares) y www.marti.com.mx (artículos deportivos).

En cuanto a la seguridad, el 54.4% de los sitios visitados no tienen el sistema SSL en las páginas donde se solicita información personal para la compra. Si bien esto pone en riesgo información como su dirección y teléfonos particulares, es más grave cuando no se garantiza la seguridad de datos financieros, lo cual se observó en el 22.9% de los sitios que reciben pago con tarjeta de crédito. En algunos casos, el certificado de seguridad estaba vencido, en otros, la página señala engañosamente que el sitio es seguro. Al momento de nuestra investigación, estas situaciones se registraron en las páginas de algunas tiendas departamentales (Sears, www.sears.com.mx) y de artículos de oficina (Office Max, www.officemax.com.mx; y Office Depot, www.officedepot.com.mx), entre otros. La lista completa de los sitios encuestados la puede consultar en nuestra página en Internet: www.profeco.gob.mx

datos personales, como domicilio, número telefónico, número de tarjeta o cuenta bancaria. Por tal motivo, es de suma importancia que verifique que el sitio ofrece privacidad y seguridad adecuadas. Usted debe saber los motivos por los cuales se solicita esta información, la manera en que va a ser utilizada y quiénes tendrán acceso a ella.

Como ya lo señalamos, la privacidad y la seguridad de sus datos se encuentra regulada por la LFPC, la cual obliga a las empresas a mantener la confidencialidad de la información y la prohibición de no difundirla o trasmitirla a menos que el consumidor lo autorice expresamente o que exista un requerimiento legal de parte de alguna autoridad.

Sin embargo, los datos financieros que usted proporciona al vendedor pueden ser interceptados por personas que se dedican a hacer prácticas comerciales fraudulentas. Ante este riesgo, se han creado sistemas que garantizan que sus datos serán leídos únicamente por el sitio en donde los proporcionó. El sistema más utilizado es el SSL (*Secure Socket Layer*), en el que se genera un túnel virtual entre el cliente y el servidor, a través del cual circulan datos disfrazados o codificados mediante algoritmos matemáticos (datos encriptados) que sólo son descifrados a través de un sistema especializado.

Una página segura siempre le señalará la información relevante para reconocerla. Cuando le soliciten datos personales y financieros debe aparecer una alerta en donde se especifica que usted entrará a una página segura.

En su navegador, verifique que la dirección de la página comience con las https, lo que indica que es un sitio seguro. Asimismo, en la parte inferior de la ventana del navegador (barra de estado) debe aparecer la imagen de un candado cerrado o una llave. Cualquiera de estas dos características indica que el sitio al que está conectado es seguro.

Es posible que su navegador de Internet no esté configurado para ver las alertas de seguridad, o que la barra de estado o barra de direcciones estén desactivadas. De ser así, no podrá ver los elementos mencionados. En el caso del navegador Microsoft Internet Explorer, en los menús Ver y Herramientas de su navegador podrá activarlas.

Para mayor información...

Para saber más sobre comercio electrónico puede consultar el sitio www.profeco.gob.mx/html/ecomercio/ecomercio.htm, en donde encontrará consejos y recomendaciones, así como las regulaciones aplicables y lineamientos internacionales en la materia. También puede encontrar información y consejos para protegerse en el sitio www.econsumer.gov, que forma parte de un esfuerzo de 13 países para enfrentar la problemática de las prácticas fraudulentas de carácter transfronterizo por Internet, en el que también participa **Profeco**.

Desconfíe de sitios que tengan el sello únicamente como imagen y que no den ninguna información.

Algunas empresas como VeriSign, Thawte, Equifax, entre otras, certifican el sistema de seguridad que utilizan los sitios. Usted puede verificar la vigencia del certificado haciendo clic con el ratón en el candado o llave de la página segura. En algunos casos aparece el sello de la empresa. Desconfíe de sitios que tengan el sello únicamente como imagen y que no den ninguna información.

A pesar de que el sitio cuente con todos los sistemas de seguridad, existe la posibilidad de que éste no utilice correctamente su información y haga cargos no autorizados en su tarjeta. Le recomendamos que siempre revise los estados de cuenta de los medios de pago utilizados en las transacciones.

En caso de problemas...

Si usted hace compras en sitios nacionales y tiene algún problema, denúncielo al Teléfono del Consumidor: 01-800-468-8722, o si lo prefiere acuda a la delegación **Profeco** más cercana.

En caso de que tenga dificultades con sitios extranjeros visite www.econsumer.gov. En este sitio se encuentran los procedimientos para presentar quejas contra proveedores en el extranjero, las cuales se registran y son compartidas con las autoridades responsables de la protección al consumidor en los países miembros, aunque no se puede proceder legalmente.

Fotos Archivo

Fuentes Entrevistas a Julián Rubín, director general del sitio DeRemate.com y a Enrique Bustamante, director general de la AMIPCI • Estudio Hábitos de los usuarios de Internet 2003, Asociación Mexicana de la Industria Publicitaria y Comercial en Internet (AMIPCI) • Investigación directa de la Dirección General de Análisis de Prácticas Comerciales, Profeco • www.profeco.gob.mx

Agenda, **directorio telefónico**, **e-mail**, mensajes grabados, **fotografías**, **música en MP3**, **archivos en Word y Excel**, **conexión a una computadora**, ¿qué más necesita y, **lo que es mejor**, **en un solo aparato?** Todo esto lo ofrecen los **Asistentes Personales Digitales** (PDAs, por sus siglas en inglés) que pueden encontrarse con sistema operativo Microsoft Windows Mobile 2003, **Linux 2.4** o **Palm OS 5.2**, a precios que van **desde $1,390 a casi $9,000 aproximadamente**.

Si está interesado en adquirir un PDA, **determine cuáles son sus necesidades reales**, **consulte el estudio de calidad que llevó a cabo nuestro Laboratorio de Pruebas**, **compare estos resultados con el análisis de precios que también le ofrecemos en estas páginas**, **y decida.**

Foto Juan José Morín

Agendas electrónicas (PDAs)

CALIDAD

Foto Juan José Morín

Parece que los avances tecnológicos llegan cada vez más rápido y una prueba de ello es la creación de los Asistentes Personales Digitales (PDA, por sus siglas en inglés). Los PDAs, pequeños aparatos que se pueden llevar en el bolsillo, le brindan la posibilidad de consultar su agenda y directorio telefónico, llevar consigo sus archivos en word o excel, enviar correos electrónicos, grabar mensajes, tomar fotografías, divertirse con un videojuego y reproducir música en formato MP3.

También conocidos como computadoras de mano (handheld, en inglés), con los PDAs se puede interactuar a través de una pequeña pantalla sensible al tacto y un lápiz óptico. Además pueden usarse con o sin la conexión a una computadora, lo cual depende de sus necesidades.

Para informar sobre las características y la calidad de los PDAs, el Laboratorio de Pruebas **Profeco** analizó diversos modelos, todos de importación, que se comercializan en el territorio nacional. Para el estudio, los PDAs se clasificaron en dos categorías: los que emplean el sistema operativo Microsoft Windows Mobile 2003 o el Linux 2.4 (conocidos como Pocket PCs); y los que usan el sistema operativo Palm OS 5.2, denominadas Palm.

El estudio

Se analizaron 16 modelos de 7 marcas de PDAs. Cada equipo fue sometido a 6 pruebas. Para una mejor comprensión, los resultados se explican a continuación.

Información al consumidor. Se verificó que los equipos señalaran en el etiquetado, de manera clara y explícita, la siguiente información: tipo de producto, marca, modelo y características de alimentación eléctrica. También se revisó que incluyeran la garantía en español, que indicara alcances y restricciones, además de un instructivo de uso que informe el modo de operación, así como los cuidados y precauciones necesarias. Sólo una marca no presentó toda la información requerida, sin embargo, las omisiones no fueron graves.

Desempeño en aplicaciones básicas. Se determinó la capacidad de los equipos para realizar de manera rápida sus principales tareas, como agregar o modificar los datos de sus "contactos" (nombres, teléfonos, direcciones de correo electrónico, etc.), establecer sus citas, crear notas gráficas o "memos" escritos, ver imágenes, jerarquizar tareas realizadas o pendientes en el trabajo, la escuela, etc. Todas las muestras efectuaron estas funciones de manera satisfactoria.

Ficha técnica

Periodo de muestreo: 21 de enero al 19 de marzo de 2003
Periodo de análisis: 21 de enero al 22 de marzo de 2003
Número de marcas analizadas: 7
Modelos analizados: 16
Pruebas realizadas: 256
Total de ensayos: 1,520

Normatividad

Las pruebas para determinar la calidad de los PDAs se basaron en las siguientes normas:

NOM-024-SCFI-1998. Información comercial para empaques, instructivos y garantías de los productos electrónicos, eléctricos y electrodomésticos.
NOM-019-SCFI-1998. Seguridad de equipo de procesamiento de datos.
NOM-008-SCFI-2002. Sistema General de Unidades de Medida.

Foto Juan José Morín

Tiempo de sincronización. Se midió el tiempo que requirió la transferencia y actualización de contactos, correos electrónicos, archivos de MS Word y MS Excel, entre el asistente personal y la computadora. También se analizaron las distintas opciones de sincronización que cada fabricante proporciona con sus programas, que van desde las más básicas hasta las más versátiles (por ejemplo, para transferir al asistente personal archivos anexos recibidos por correo electrónico).

Desempeño en word. Se determinó la capacidad de procesamiento del PDA al editar un documento de MS Word, midiendo el tiempo necesario para realizar acciones como cambiar el estilo y tamaño del texto, renombrar y guardar un archivo, etc. El desempeño de las Palm y las Pocket PC fue similar.

Desempeño en excel. Con la finalidad de determinar el desempeño de los PDAs al crear y manejar distintas hojas de cálculo, se realizaron dos pruebas. Para la primera se empleó un archivo pequeño de 20 KB similar al que se usaría en un PDA (una hoja de 8 columnas y 100 renglones). La segunda permitió conocer el desempeño al manejar archivos grandes que sirven, por ejemplo, para manejar bases de datos; para ello se creó una hoja de cálculo de 12 mil celdas en MS Excel (un archivo de 400 KB) y se midió el tiempo acumulado para realizar búsquedas, ordenar columnas y realizar cálculos matemáticos. Se encontraron diferencias notables entre los modelos Pocket PC y los Palm. Las primeras resultan ser más aptas para este tipo de trabajo; no obstante es importante considerar que al trabajar datos en hojas de cálculo más sencillas el desempeño mejora en los modelos basados en Palm.

Duración de la batería. Se midió el tiempo máximo de uso del PDA al reproducir continuamente música con un archivo en formato MP3 sin que entrara en modo de ahorro de energía. Esta prueba se reporta sólo como referencia, ya que la duración de la pila depende de los hábitos de uso de cada usuario.

Atributos. Se identificaron las funciones, características físicas y de conexión y accesorios que presenta cada modelo de PDA. Los resultados se reportan sólo para información.

Foto Juan José Morín

Foto Juan José Morín

Recomendaciones de compra

- Tenga en cuenta que la cantidad de memoria requerida para que los programas funcionen adecuadamente en ambas PDAs difiere sobremanera: mientras que para una Palm un buen valor son 32 MB, para las Pocket PC es más deseable 64 MB porque sus aplicaciones demandan más memoria.
- Si no necesita conectarse a una red inalámbrica mediante *Wi-Fi*, no es esencial que el modelo a elegir disponga de este puerto, ya que aumenta su costo. La opción de conexión *Bluetooth* no resulta tan onerosa y es posible que llegue a utilizarla posteriormente dado que cada vez se crean más dispositivos con esta característica; incluso podría instalar una tarjeta *Bluetooth* en su computadora para sincronizar en forma inalámbrica su PDA sin hacer uso del puerto infrarrojo, que es lento y de poco alcance.
- Aunque es más común encontrar PDAs con ranura para memoria tipo SD (*Secure Digital*), aquellos que disponen de ranura adicional para CF (*Compact Flash*), que son memorias más baratas y rápidas, resultan ser voluminosos y pesados, por lo que conviene considerar si realmente requerirá la compatibilidad con este último tipo de memorias.
- El tamaño de la pantalla no varía demasiado entre los distintos modelos, sin embargo, prefiera aquellas que sean más grandes y de mayor resolución.
- Evalúe las dimensiones y el peso de la PDA, hay modelos que tienen un desempeño y características aceptables y se pueden llevar fácilmente en el bolsillo.
- Existen muchos accesorios disponibles para los PDA en tiendas de cómputo que le permitirán complementar su funcionalidad.
- Aunque no es muy común, tal vez tenga la necesidad de actualizar el sistema operativo de su PDA a una versión más nueva. Es muy posible que en el transcurso del año se libere la versión Palm OS 6 llamada Cobalt, mientras que Microsoft acaba de liberar la nueva versión Windows Mobile 2003 Second Edition. Si éste es su caso, y tiene una Pocket PC, necesitará que ésta tenga instalada una memoria ROM actualizable (*Flash-ableROM*), lo cual puede consultar directamente con el fabricante. En el caso de las Palm aún no se tiene información acerca de la compatibilidad de los modelos que se podrían actualizar.

Recomendaciones de uso

- Lea el instructivo para hacer un buen uso de su PDA, así como instalar y cargar correctamente los programas y la batería.
- Es deseable adquirir las micas protectoras que se adhieren a la pantalla de la PDA, para evitar que se raye o maltrate demasiado por usar el lápiz óptico. No compre cualquier mica, prefiera aquellas que se venden en tiendas para oficina y de cómputo.
- Si su PDA no dispone de una cubierta protectora o estuche, considere adquirirla para evitar que se raye o dañen las teclas.
- Cualquier falla que no pueda ser solucionada con las instrucciones señaladas por el fabricante en el instructivo, requerirá llevar el equipo a un centro de servicio autorizado; no intente abrirla o repararla usted mismo.
- Evite que en las ranuras y orificios de la PDA se introduzcan objetos metálicos como clips y grapas.
- No exponga la pantalla a la luz directa del sol durante periodos prolongados. Tampoco la exponga a la lluvia o a la humedad para evitar que se dañe o incluso sufra una descarga eléctrica.
- No utilice su PDA en áreas donde esté prohibido el uso de aparatos electrónicos, por ejemplo en aviones y hospitales.

Conclusiones generales

Antes de elegir un modelo considere que las Palm y las Pocket PC utilizan sistemas operativos diferentes. Por ello le recomendamos tener en cuenta los siguientes aspectos detectados en nuestras pruebas:

- La Palm es más fácil de usar. La navegación en las Pocket PC resulta menos sencilla y ejecutar tareas como dar formato a un archivo de texto resulta laborioso.
- En cuanto a introducir información (texto y números), las Pocket PC ofrecen más opciones que las Palm, ya sea mediante trazos (para escribir letras y números), o usando directamente el teclado visualizable en la pantalla (aunque las Palms también cuentan con este teclado).
- Ambos sistemas operativos cuentan con aplicaciones PIM (programas para organizar la información, como agenda, calendario, notas, etc.). Sin embargo, la opción de insertar en notas grabaciones de voz la incluyen todas las Pocket PC, mientras que sólo algunos modelos Palm tienen esta función.
- La conexión y sincronización entre una computadora y las Palm es más versátil, ya que ofrece no sólo la sincronización con el programa de correo MS Outlook, sino también con un programa llamado Palm Desktop o Palm Desktop para Clié, que integra todos los aspectos que se desee sincronizar (programas, archivos, correo, contactos, etc.). Además, el programa Versamail incluido en los modelos Tungsten de Palm puede sincronizarse con los servidores de correo gratuito que hay en Internet, Yahoo por ejemplo. En contraste, las Pocket PC nada más se sincronizan con MS Outlook, mismo que incluyen como parte de sus accesorios.
- En cuanto a compatibilidad con distintos sistemas operativos, considere que la marca Palm ofrece de entrada soporte para computadoras con el sistema MS Windows y computadoras Apple con el sistema Mac OS, mientras que las Pocket PC que se conectan a computadoras con MS Windows instalado, sólo se pueden llegar a sincronizar con computadoras Apple adquiriendo programas de otros fabricantes.
- Los PDAs son una extensión de su computadora, por lo que ambos tipos ofrecen soluciones para llevar consigo sus archivos de trabajo. Las Pocket PC cuentan con los programas Pocket Word y Pocket Excel y las Palm con el programa Documents To Go de DataViz, que ofrece compatibilidad para editar y/o visualizar archivos de MS Word y MS Excel (este último ofrece compatibilidad con presentaciones de MS PowerPoint). Las Pocket PC requieren otros programas, como ClearVue para visualizar archivos de PowerPoint. Considere que todos estos programas son versiones básicas que no cuentan con todas las opciones de formato de texto, fórmulas y gráficos que se encuentran disponibles en la suite MS Office debido a las restricciones de memoria y desempeño inherentes a este tipo de aparatos.
- En cuanto a opciones multimedia, en todas las Pocket PC se puede reproducir música MP3 y video MPEG, mientras que no todas los PDAs basados en Palm ofrecen dicha función.
- Las Pocket PC ofrecen por lo general mayor cantidad de modelos con un nivel de desempeño (poder de procesamiento) mayor al que ofrecen las Palm. Es importante que tenga en consideración si va a emplear su PDA para multimedia, puesto que la reproducción y/o grabación de audio y video requiere de una cantidad importante de memoria RAM y poder de procesamiento.
- En cuanto a la disponibilidad de programas, para Palm existen más de 23 mil, mientras que para Pocket PC sólo algunos miles, aunque su número se encuentra en crecimiento.

Foto Juan José Morín

glosario

Archivos MP3. Son los archivos de música que han sido comprimidos mediante el sistema MP3, que es el más ampliamente usado en la actualidad en las computadoras.
Archivos PDF. También conocidos como archivos Adobe Acrobat, son aquellos que han sido grabados en el formato universal Acrobat, que permite su fácil distribución a todo tipo de computadoras o PDAs, sin importar qué tipo de sistema operativo use. Gran cantidad de información disponible en Internet está grabada en este formato.
GB. Gigabyte, equivale a 1000 MB.
MB. Unidad de medida de la cantidad de espacio en una memoria (significa megabyte).
Memoria RAM. Es la memoria donde se pueden almacenar archivos de datos del usuario y correr programas. A mayor cantidad de memoria RAM es posible tener más archivos abiertos al mismo tiempo o guardar más información.
Memoria ROM. Es la memoria principal del PDA, donde normalmente se almacena el sistema operativo.
MPEG. Es un formato de compresión de video digital.
Multimedia. Se refiere a la reproducción y/o grabación de música, voz, imágenes y video, así como a la posibilidad de utilizar juegos electrónicos.
Navegación. Este aspecto se refiere a los pasos que se deben realizar con el lápiz óptico sobre la pantalla sensible al tacto (*touchscreen*) para pasar de un programa a otro, visualizar archivos, etc. También es posible realizar algunas opciones de navegación con las teclas de acceso directo.
Programas PIM. Se refiere a las aplicaciones básicas de organización de información en un PDA, como agenda, "contactos", calendario, notas, etc.
Puertos de conexión. Son los circuitos electrónicos que permiten comunicar al PDA con otros aparatos como computadoras, teléfonos celulares, impresoras, cámaras digitales, etc. A continuación se explican los principales puertos:

- USB. Es el más común y se emplea para sincronizar el PDA con la computadora mediante un cable USB incluido.
- Infrarrojo o IrDA. Conexión inalámbrica que transmite a muy baja velocidad y, al igual que un control remoto de TV, se debe tener línea de vista con el receptor ya que cualquier desviación u obstáculo impide la conexión.
- *Bluetooth.* Es una nueva forma de transmisión por radiofrecuencia entre aparatos electrónicos que cuenten con tarjeta *Bluetooth*; es más rápida, tiene un alcance de hasta 10 metros y no requiere de línea de vista, como el infrarrojo.
- *Wi-Fi* (*Wireless Fidelity*) (estándar 802.11 b). Es una conexión inalámbrica por radiofrecuencia con un alcance de hasta 100 metros que se emplea principalmente para tener acceso a una red de cómputo LAN o a una conexión inalámbrica a Internet. En México ya hay puntos de acceso *Wi-Fi* (llamados *hot spots*) en algunas tiendas y cafés, que permiten conectarse a Internet dentro de sus instalaciones.

Ranuras y memorias de expansión. Es el espacio que ofrece el PDA para insertar una tarjeta de memoria electrónica para disponer de mayor espacio y grabar archivos de datos, música MP3 o programas. Cada tipo de memoria debe coincidir con la ranura (*slot*) en la que se insertará. Las memorias y las ranuras correspondientes se indican a continuación:

- CF (*CompactFlash* tipo I y tipo II). Es grande en dimensiones respecto a los otros tipos, a pesar de ello es la más rápida en su funcionamiento y tiene capacidades que van de los 8 MB hasta los 4 GB. Es la más barata.
- MS (*Memory Stick* marca Sony). Es pequeña y delgada, aunque no tan rápida como la CF, y con capacidad máxima de 256 MB. La versión MS PRO alcanza hasta 1 GB de capacidad, pero no es compatible con las primeras ranuras MS originales.
- SD (*Secure Digital*). Es la más delgada –del tamaño de un timbre postal–, pero no es tan rápida como la CF, y su capacidad máxima actual es de 1 GB.
- MMC (*Multimedia Card*). Es similar en dimensiones a la SD, por lo que se puede insertar en ranuras SD; sin embargo, es más lenta y su capacidad puede ser de 128 MB o 512 MB.
- SDI/O Card (*Secure Digital Input/Output*). Son tarjetas SD que agregan otras funciones como acceso a redes inalámbricas (*Wi-Fi* o *Bluetooth*), receptores GPS (*Global Positioning System*) o cámaras digitales.

Resolución de la pantalla. Es la cantidad de puntos de imagen que pueden visualizarse en la pantalla de la PDA; se indica como la cantidad de puntos horizontales contra la cantidad de puntos verticales.
Sincronización. Es una función primordial de la PDA si se quiere traer consigo los archivos de correo electrónico recibidos en una computadora, datos de sus "contactos" (personas, empresas, teléfonos, direcciones, etc.), notificaciones por día de las citas o reuniones que se tienen programadas (agenda), fechas de aniversarios, etc. Por lo general resulta muy sencilla de llevar a cabo y lo que hace es pasar la información de la computadora al PDA o viceversa. Cualquier cambio que realice, por ejemplo un cambio en un "contacto", se verá reflejado en su computadora al realizar la sincronización.
Sistema operativo. Es el programa principal que le da la funcionalidad básica a la PDA. Define qué tipos de programas pueden usarse en estos aparatos. Los programas diseñados para funcionar con el sistema operativo Palm OS no pueden instalarse y usarse en los PDAs con sistema operativo Windows Mobile o viceversa. Dado que existen miles de programas para ambos sistemas –algunos de ellos gratuitos– es conveniente conocer cuáles puede adquirir para su PDA.

PDAs con sistema operativo Palm

Marca / Modelo / País de origen	Información al consumidor	Desempeño en aplicaciones básicas	Tiempo de sincronización	Desempeño en Word	Desempeño en Excel		Duración de la batería
					Hojas de cálculo sencillas	Hojas de cálculo complejas	
PALM / Tungsten C / China	Completa	E	E	E	MB	B	7 hrs 45 min
PALM / Tungsten T3 / China	Completa	E	E	E	MB	B	2 hrs 45 min
PALM / Zire 71 / China	Completa	E	E	E	B	R	4 hrs 55 min
SONY / Clié PEG-UX50 / Japón	Completa	E	E	E	B	R	1 hr 41 min
PALM / Tungsten E / China	Completa	E	E	E	B	R	3 hrs
SONY / Clié PEG-TJ35 / Japón	Completa	E	E	E	B	R	3 hrs 17 min
SONY / Clié PEG-TJ25 / Japón	Completa	E	E	E	B	R	3 hrs 26 min
PALM / Zire 21 / China	Completa	E	E	E	B	R	7 hrs 12 min

PDAs con sistema operativo Windows Mobile y Linux (*)

Marca / Modelo / País de origen	Información al consumidor	Desempeño en aplicaciones básicas	Tiempo de sincronización	Desempeño en Word	Desempeño en Excel		Duración de la batería
					Hojas de cálculo sencillas	Hojas de cálculo complejas	
HEWLETT PACKARD / iPAQ Pocket PC H4350 / Taiwan	Completa	E	E	E	E	E	7 hrs 13 min
DELL / Pocket PC Axim X3i / China	Completa	E	MB	E	E	E	3 hrs 3 min
HEWLETT PACKARD / iPAQ Pocket PC H4150 / Taiwan	Completa	E	MB	E	E	E	4 hrs 29 min
HEWLETT PACKARD / iPAQ Pocket PC H2210 / Taiwan	Completa	E	MB	E	E	E	4 hrs 28 min
TOSHIBA / Pocket PC e800 / Taiwan	Incompleta: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	E	MB	E	E	E	3 hrs 13 min
FUJITSU~SIEMENS / Pocket LOOX 610 / Taiwan	Completa	E	MB	MB	E	E	3 hrs 10 min
TOSHIBA / Pocket PC e400 / Taiwan	Incompleta: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	E	MB	MB	E	E	3 hrs 48 min
SHARP (*) / Zaurus SL-5600 / Japón	Completa	E	E	B	R	R	4 hrs 6 min

E = Excelente | MB = Muy bien | B = Bien | R = Regular

Información al consumidor

1. La garantía no presenta la dirección del importador o comercializador del producto.
2. La garantía no presenta el espacio para precisar la fecha de entrega.
3. La garantía no especifica
4. **La garantía no especifica que incluye los gastos de transportación del producto que deriven de su cumplimiento dentro de su red de servicio.**
5. **La información comercial en la caja presenta características de alimentación incompleta.**
6. **El instructivo no presenta las características de alimentación.**
7. **La garantia no presenta la razón social del importador o comercializador del producto.**

Atributos de PDAs con sistema operativo Windows Mobile y Linux

Marca	Modelo	Procesador	Dimensiones (ancho, alto, profundidad en cm)	Peso (gramos)	Atributos principales	Los programas principales permiten	Capacidad de expansión de memoria	Puertos de conexión	Multimedia	Alimentación eléctrica
Toshiba	Pocket PC e400	Intel Xscale PXA261 a 300 MHz	7.7 x 12.5 x 1	132	a1, a4, a6, a8, a10(240x320) a14(16), a15(32), a16(64)	b1, b3, b5, b8, b9, b10	c1	d1	e3, e4, e5	f2, f4
Toshiba	Pocket PC e800	Intel XScale PXA263 a 400 MHz	7.7 x 13.5 x 1.7	192	a1, a4, a6, a8, a10(240x320 o 480x640) a14(32), a15(32), a16(128)	b1, b3, b5, b6, b8, b9, b10 b11	c1, c3	d1, d3	e3, e4, e5	f1, f3
Sharp	Zaurus SL-5600	Intel XScale PXA250 a 400 MHz	7.4 x 13.8 x 2.3	226	a3, a5, a7, a8, a10(240x320), a13, a14(64), a16(32), a17	b1, b3, b5, b6, b8, b9	c1, c3	d1,	e3, e4, e5	f1, f3, f4
Fujitsu-Siemens	Pocket LOOX 610	Intel XScale PXA255 a 400 MHz	7.8 x 13.5 x 1.8	192	a2, a4, a6, a8 a10(240x320), a14(64), a16(64)	b1, b3, b5, b6, b8, b9, b10	c1, c3	d1, d2	e3, e4, e5	f1, f3, f4
Hewlett Packard	iPAQ H4350	Intel XScale PXA255 a 400 MHz	7.5 x 13.9 x 1.5	167	a1, a5, a7, a8, a10(240x320), a13, a14(32), a16(64), a17	b1, b3, b5, b6, b7, b8, b9, b10 b11, b12	c1	d1, d2 d3	e3, e4, e5	f1, f3, f4
Hewlett Packard	iPAQ H4150	Intel Xscale PXA255 a 400 MHz	7 x 11.4 x 1.4	132	a1, a4, a6, a8, a10(240x320), a14(32), a16(64), a17	b1, b3, b5, b6, b7, b8, b9, b10 b11, b12	c1	d1, d2 d3	e3, e4, e5	f1, f3, f4
Hewlett Packard	iPAQ H2210	Intel Xscale PXA255 a 400 MHz	7.6 x 11.5 x 1.6	144	a1, a4, a6, a8, a10(240x320), a16[64], a17	b1, b3, b5, b6, b7, b8, b9, b10	c1, c3	d2	e3, e4, e5	f1, f3, f4
DELL	AXIM X3i	Intel Xscale PXA255 a 400 MHz	7.6 x 11.7 x 1.5	140	a1, a4, a6, a8, a10(240x320), a14(64), a16(64), a17	b1, b3, b5, b7, b8, b9, b10	c1	d1, d3	e3, e4, e5	f1, f3, f4

Atributos principales

a1 sistema operativo Windows Mobile Premium 2003
a2 sistema operativo Windows Mobile 2003
a3 sistema operativo Linux 2.4
a4 sistema operativo y sus aplicaciones básicas del PDA en español
a5 sistema operativo y sus aplicaciones básicas del PDA en inglés
a6 aplicaciones que se instalan en la computadora en español
a7 aplicaciones que se instalan en la computadora en inglés
a8 compatible con computadoras con el sistema operativo Windows 98/Me/2000/XP
a9 compatible con computadoras con el sistema operativo Apple Mac OS X y Mac OS 9
a10 (XX) pantalla a color con una resolución de XX por XX puntos y miles de colores
a11 (XX) pantalla monocromática con una resolución de XX por XX puntos
a12 pantalla con posibilidad de verse horizontal y verticalmente
a13 teclado integrado
a14 (XX) XX MB de memoria ROM para el sistema y aplicaciones
a15 (XX) XX MB de memoria ROM para archivos del usuario
a16 (XX) XX MB de memoria RAM para el sistema, aplicaciones y archivos del usuario
a17 cubierta protectora o estuche
a18 permite aumentar el tamaño de la pantalla

Los programas incluidos permiten:

b1 sincronizar contactos, tareas, correo electrónico, etc. con MS Outlook
b2 sincronizar contactos, tareas, correo electrónico, etc. con Palm Desktop
b3 sincronizar el correo electrónico incluyendo archivos anexos
b4 sincronización de correo electrónico sólo adquiriendo por separado el programa necesario
b5 visualizar y editar archivos de MS Word y MS Excel
b6 visualizar archivos de MS PowerPoint
b7 visualizar archivos de Adobe Acrobat (.PDF)
b8 reproducir música en formato MP3
b9 reproducir video
b10 incluye MS Outlook 2002 para instalarse en la computadora
b11 puede transferir presentaciones a un proyector de imágenes o un monitor por vía inalámbrica *Bluetooth*
b12 puede imprimir documentos inalámbricamente hacia una impresora que tenga el puerto *Bluetooth* integrado

Capacidad de expansión de memoria

c1 ranura para memoria SD (*Secure Digital*) y MMC (*Multimedia Card*)
c2 ranura para memoria MS y MS PRO (Memory Stick PRO)
c3 ranura para memoria CF (*Compact Flash*) tipo I y II

Puertos de conexión

d1 conexión inalámbrica por infrarojo IrDA
d2 conexión inalámbrica *Bluetooth*
d3 conexión inalámbrica *Wi-Fi* 802.11 b

Multimedia

e1 (XX) cámara digital con resolución de XX por XX puntos
e2 (XX) función de grabación de video en formato MPEG-4 con resolución de XX por XX puntos
e3 micrófono integrado para grabación de voz
e4 bocina para reproducción de audio
e5 salida estéreo para audífonos

Alimentación

f1 batería recargable de ion-litio extraíble
f2 batería recargable de ion-litio no extraíble
f3 base de conexión a la PC con cargador de batería
f4 adaptador para cargar la batería

NOTA: Todas las PDAs cuentan con

* Teclas o botones de navegación.
* Botones de acceso rápido a las aplicaciones, sincronización, etc.
* Conexión alámbrica por USB (cable incluido).
* Lápiz óptico.
* Programas PIM básicos incluidos.

Atributos de PDAs con sistema operativo Palm 5.2.1

Marca	Modelo	Procesador	Dimensiones (ancho, alto, profundidad en cm)	Peso (gramos)	Atributos principales	Los programas principales permiten	Capacidad de expansión de memoria	Puertos de conexión	Multimedia	Alimentación eléctrica
Sony	Clié PEG-TJ35	Motorola i.MXL Application Processor a 200 MHz	7.5 x 11 x 1.2	140	a4, a6, a8, a10(320x320) a14(16), a16(32), a17	b1, b2, b4, b7 b8, b9	c2	d1	e4, e5	f1, f4
Sony	Clié PEG-TJ25	Motorola i.MXL Application Processor a 200 MHz	7.5 x 11 x 1.2	140	a4, a6, a8, a10(320x320), a14(8), a16(16), a17	b1, b2, b4, b7	c2	d1	—	f1, f4
Sony	Clié PEG-UX50	Sony CXD2230GA a 123 MHz	10.3 x 8.6 x 1.8	175	a5, a7, a8, a10(480x320), a13, a14(8), a16(96), a17	b1, b2, b3, b7, b8, b9	c2	d1, d2, d3	e1(640x480), e2(160x112), e3, e4, e5	f2, f4
Palm	Tungsten E	Texas Instruments OMAP 311 a 126 MHz	7.3 x 11.4 x 1.7	150	a4, a6, a8, a9, a10(320x320), a16(32), a17	b1, b2,b3, b5, b6, b7, b8, b9	c1	d1	e4, e5	f2, f4
Palm	Zire 21	Texas Instruments OMAP 311 a 126 MHz	7.3 x 11.1 x 1.5	108	a4, a6, a8, a9, a11(160x160), a16(8), a17	b1, b2, b4	—	—	—	f2, f4
Palm	Tungsten T3	Intel Xscale PXA255 a 400 MHz	7.6 x 11.4 x 1.6	156	a4, a6, a8, a9, a10(320x480), a12, a16(64), a17, a18	b1, b2, b3, b5, b6, b7, b8, b9	c1	d1, d2	e3, e4, e5	f2, f3
Palm	Zire 71	Texas Instruments OMAP 310 a 144 MHz	7.3 x 11.4 x 1.5	150	a4, a6, a8, a9, a10(320x320), a14(4), a16(16), a17	b1, b2, b3, b7, b8, b9	c1	d1	e1(640x480), e4, e5	f2, f3
Palm	Tungsten C	Intel Xscale PXA255 a 400 MHz	7.9 x 12.2 x 1.7	179	a4, a6, a8, a9, a10(320x320), a13, a16(64), a17	b1, b2, b3, b5, b6, b7, b9, b12	c1	d1, d3	e4, e5 (monoaural)	f2, f3

Centros de apoyo o servicio

Los PDAs cuentan con las siguientes direcciones electrónicas para adquirir programas y accesorios, o simplemente para aprender más sobre ellos:

- Programas para Palm y Pocket PC:
  www.handango.com (en inglés)
- Programas, noticias y accesorios para PDA's con sistema operativo Palm:
  www.palmone.com/mx
  www.palmgear.com (en inglés)
- Programas y noticias del sistema operativo Windows Mobile:
  www.microsoft.com/windowsmobile/
- Programas de comunicación y sincronización para Pocket PC y Palm con el sistema operativo Mac OS 9 y Mac OS X:
  www.markspace.com
- Ediciones diarias de noticias en español para PDA's (Palm o Pocket PC):
  www.eluniversal.com.mx/roundpoint.html (con un costo)
  www.reforma.com (con un costo)
  www.milenio.com (gratuito)

Si requiere más información sobre este estudio puede comunicarse a nuestro Laboratorio de Pruebas **Profeco** al teléfono 5544-2122 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede consultar otros estudios en nuestra página electrónica www.profeco.gob.mx

Sitios de Internet de las marcas analizadas

Toshiba	www.toshiba.com.mx
Palm	www.palmone.com/mx
Fujitsu-Siemens	www.fujitsu-siemens.com.es
Sony	www.sonystyle.com.mx
Hewlett Packard	welcome.hp.com/country/mx/es
Sharp	www.sharp.com.mx
Dell	www.dell.com.mx

Lo que cuestan

Si piensa comprar un asistente personal digital recuerde que además de las funciones básicas como agenda, directorio y calendario, también le ofrecen la posibilidad de editar textos, trabajar en hojas de cálculo y reproducir música en formato MP3, entre otras. Por ello, es importante que considere cuáles son sus necesidades reales.

Aunque actualmente los asistentes personales son uno de los aparatos de mayor demanda en el mercado de electrónicos, su obsolescencia es muy rápida debido a que sus características se actualizan constantemente.

En esta ocasión se presentan los precios de 10 de los 16 modelos de asistentes a los que el Laboratorio **Profeco** realizó pruebas de calidad. Los precios fueron recabados entre el 17 y 27 de marzo de 2004 en diversos establecimientos comerciales de las 20 ciudades en donde opera el programa *Quién es quién en los precios.*

De los seis modelos faltantes, algunos aún no se encontraban en las tiendas seleccionadas para el levantamiento de precios, otros sólo se pueden adquirir por Internet o directamente con el fabricante, como se indica en la siguiente tabla:

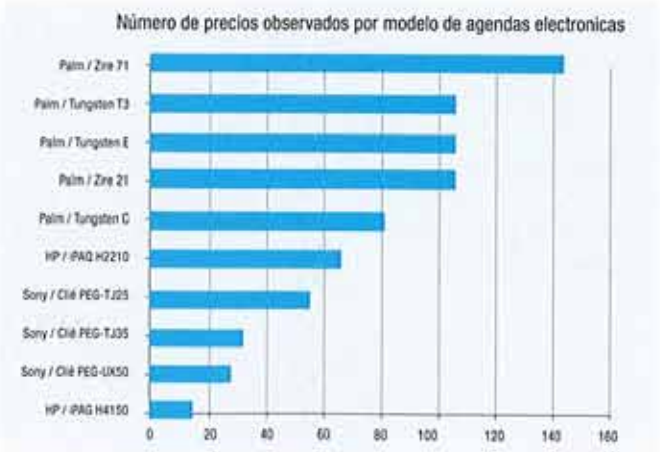
PDAs que se pueden adquirir por Internet o con el fabricante

Marca	Modelo	Forma de venta
Dell	Pocket PC Axim X3i	Se vende por Internet en www.dell.com.mx o directo con el fabricante al teléfono 0018666165981
Fujitsu-Siemens	Pocket LOOX 610	Venta directa en Siemens, S. A. de C. V. Teléfono 5328-2039
Sharp	Zaurus SL-5600	Venta directa en Ingram Micro al teléfono 5263-6500

Disponibilidad

La disponibilidad de asistentes personales es relativamente alta, ya que de las 20 ciudades en donde se recabaron los precios de los 10 modelos que se venden en diversos establecimientos, en 15 de ellas se encontraron entre 7 y 10 modelos. En las ciudades de México, Monterrey, Mérida y Morelia se encontraron los 10 modelos. En cuatro de las ciudades restantes se registró la presencia de al menos seis modelos, mientras que en la ciudad de Cancún sólo se encontraron tres.

En cuanto a los modelos que podrá encontrar en un mayor número de establecimientos, aparecen los 5 de la marca Palm, mientras que los que se encontraron en un menor número de establecimientos fueron dos modelos de Sony y uno de Hewlett Packard, como se muestra en las gráficas correspondientes. Los modelos que no se encontraron al momento del sondeo probablemente ya se encuentran a la venta, pues se trataba de modelos que estaban a punto de lanzarse al mercado.



Precios y características

Para una mejor comprensión, en la siguiente tabla se presentan tanto el precio más alto como el más bajo de los 10 modelos encontrados en las tiendas seleccionadas de la Ciudad de México. Los modelos se clasificaron de acuerdo con el tipo de sistema operativo con que funcionan (Palm o Pocket PC). Asimismo, se muestran la velocidad del procesador, capacidad de memoria RAM, capacidad de memoria de expansión y los tipos de puertos de conexión.

Foto Juan José Morín

Precios mínimo y máximo de asistentes personales digitales (PDAs) en la Ciudad de México

Marca / Modelo	Velocidad del procesador	Memoria RAM	Ranura para tarjeta de memoria expandible (tipo de tarjeta)	Conexión inalámbrica (tipos de puertos)	Precios en la Ciudad de México				
					Mínimo	Tienda	Máximo	Tienda	Promedio
Con sistema operativo Palm									
Palm / Zire 21	126 MHz	8 MB	Sin ranuras	Sin puertos	1,250.00	Office Max, Comercial Mexicana y Mega Comercial Mexicana	1,497.00	Personal.Com, Centro de Cómputo LPV y Wal Mart	1,397.58
Sony / Clié PEG-TJ25	200 MHz	16 MB	Memory Stick y Memory Stick Pro	IrDA	2,300.00	Circuit Lap y PC Lap	2,900.00	Aztlán Computación, Neuro.Sys, Oficial Store Pavilón y Digital Shop	2,547.69
Palm / Tungsten E	126 MHz	32 MB	Secure Digital y Multimedia Card	IrDA	2,500.00	Circuit Lap	3,199.00	Radio Shack	2,870.57
Sony / Clié PEG-TJ35	200 MHz	32 MB	Memory Stick y Memory Stick Pro	IrDA	2,700.00	Circuit Lap	3,498.00	Compu Dabo	3,006.00
Palm / Zire 71	144 MHz	16 MB	Secure Digital y Multimedia Card	IrDA	2,800.00	Circuit Lap, Full, Laptop's, Imperio y Planet Computer	4,299.00	Palacio de Hierro	3,606.03
Palm / Tungsten T3	400 MHz	64 MB	Secure Digital y Multimedia Card	IrDA y Bluetooth	4,595.00	Circuit Lap	6,216.00	Hiper Lumen	5,437.26
Palm / Tungsten C	400 MHz	64 MB	Secure Digital y Multimedia Card	IrDA y Wi-Fi 802.11 b	5,000.00	Digital Shop	6,886.00	Ciptoner Audio y Video Palacio de Hierro, Fábricas de Francia y Liverpool	6,330.24,
Sony / Clié PEG-UX50	123 MHz	96 MB	Memory Stick y Memory Stick Pro	IrDA, Bluetooth y Wi-Fi 802.11 b	7,500.00	Full Laptop'S y PC Lap	9,000.00	Centro de Cómputo LPV, Compu Dabo, Carrefour, Office Depot, Office Max, Palacio de Hierro, Samborns, Sony Mega Audio y Sony Shop	8,771.47
Pocket PC									
Hewlett Packard / iPAQ Pocket PC H2210	400 MHz	64 MB	Secure Digital, Multimedia Card y Compact Flash tipo I y II	IrDA y Bluethooth	5,499.00	Office Max	6,299.00	Liverpool, Office Max y Fábricas de Francia	5,907.39
Hewlett / Packard iPAQ Pocket PC H4150	400 MHz	64 MB	Secure Digital y Multimedia Card	IrDA, Bluetooth y Wi-Fi 802.11 b	5,999.00	Office Depot			6,286.25

Al comparar los precios de los asistentes se debe tener en cuenta características como tipo y velocidad del procesador, capacidad de memoria RAM, tipo de memoria expandible (Secure Digital, Multimedia Card, Compact Flash, etc.), tipo de pantalla, número de conexiones inalámbricas (infrarroja, Bluetooth y Wi-Fi) y atributos multimedia (cámara digital, micrófono y bocina), entre otras (en este número vea el cuadro de atributos de los modelos en el reporte del Laboratorio).

A manera de ejemplo le comentaremos que en la Ciudad de México los precios promedio de los 8 modelos de asistentes que cuentan con sistema operativo Palm, oscilaron entre $1,397.58 (Zire 21 de la marca Palm) y $8,771.47 (Clié PEG-UX50 de Sony). Esta diferencia de precios obedece a que la segunda tiene pantalla de color, 96 MB de memoria RAM, cámara digital, grabación de video, reproductor de audio estéreo, capacidad de expansión de memoria (Memory Stick PRO) y conectividad inalámbrica (IrDA Bluetooth y Wi-Fi 802.11 b).

En cuanto a los dos modelos con sistema operativo Pocket PC (ambos de Hewlett Packard), sus precios promedio estuvieron entre $5,907.39 (iPAQ Pocket PC H2210) y $6,286.25 (iPAQ Pocket PC H4150). La diferencia entre ambos modelos son los puertos Wi-Fi y el número de ranuras de expansión.

Además de las diferencias de precios observadas entre los modelos con sistema operativo Palm, es importante considerar que los precios de un mismo modelo pueden variar entre los diferentes establecimientos. Por ejemplo, el modelo Tungsten C de Palm, tenía un precio de $6,886.00 en Ciptoner Audio y Video, Palacio de Hierro, Fábricas de Francia y Liverpool, mientras que en Digital Shop costaba $5,000.00. El resto de las variaciones de precios de un mismo modelo en los diferentes establecimientos oscilaron entre $271.00 y $1,621.00.

Precios en las ciudades de Monterrey y Mérida[1]

En la ciudad de Monterrey la mayor cantidad de precios más bajos de los diversos modelos de asistentes se encontró en las tiendas Carrefour y las papelerías Office Depot. Además, la mayor diferencia de precios entre establecimientos fue de $860.00 y correspondió al modelo Palm Tungsten C.

En Mérida el mayor número de precios bajos se registró en las tiendas Génesis y Fusión Digital. La mayor diferencia de precios ($730.00) se encontró en el modelo iPAQ Pocket PC de Hewlett Packard H2210.

Cabe señalar que los precios de todos los modelos están por arriba de los encontrados en la Ciudad de México.

Precios mínimo y máximo de asistentes personales digitales (PDAs) en las ciudades de Monterrey y Mérida

Marca / Modelo	Ciudades seleccionadas							
	Monterrey				Mérida			
	Precio mínimo	Tiendas	Precio máximo	Tiendas	Precio mínimo	Tiendas	Precio máximo	Tiendas
Con sistema operativo Palm								
Palm / Zire 21	1,359.00	Carrefour	1,450.00	Sears	1,278.00	Génesis	1,399.00	Office Depot
Sony / Clié PEG-TJ25	2,399.00	Price Costco	2,499.00	Office Depot	2,400.00	Fusión Digital	2,499.00	Office Depot y Sanborn's
Palm / Tungsten E	2,670.00	Sams Club	3,199.00	Radio Shack	2,644.00	Génesis	2,995.00	Compufax
Sony / Clié PEG-TJ35	2,800.01	Sams Club			2,990.00	Fusión Digital y Sanborns		
Palm / Zire 71	3,499.00	Carrefour y Office Depot	3,787.01	Sams Club	3,300.00	Génesis	3,699.00	Fusión Digital y Sears
Palm / Tungsten T3	5,219.00	Sears	5,499.00	Carrefour y Office Depot	5,219.00	Sears	5,799.00	Liverpool
Palm / Tungsten C	5,999.00	Office Depot	6,859.00	Sears	5,827.00	Génesis	6,308.00	Compufax
Sony / Clié PEG-UX50	8,999.00	Carrefour			8,900.00	Fusión Digital		
Pocket PC								
Hewlett Packard / iPAQ Pocket PC H2210	5,699.00	Office Depot			5,499.00	Office Max	6,229.00	Liverpool
Hewlett Packard / iPAQ Pocket PC H4150	6,299.00	Office Depot			6,299.00	Office Depot		

[1] Por consideraciones de espacio, la información de las otras 17 ciudades está disponible en el Teléfono del Consumidor: 5568-8722 para el D. F. y área metropolitana, o en el 01-800-468-8722, larga distancia sin costo desde cualquier otro lugar de la República Mexicana.

Precios en Internet

En el siguiente cuadro se presentan los precios de 10 de los modelos analizados que se encontraron en Internet, así como los precios mínimos observados en las tiendas seleccionadas para el levantamiento de precios en la Ciudad de México.

Los precios de estos modelos en la mayoría de las páginas de Internet fueron mayores a los precios mínimos registrados en las tiendas mencionadas. Entre esas dos formas de comercialización, la mayor diferencia de precios se observó en el modelo Clié PEG-UX50 de Sony, que en las tiendas Full Laptop's y PC Lap tuvo un precio de $7,500.00, mientras que en www.sanborns.com.mx fue de $8,999.00, es decir, con una diferencia de $1,499.00.

Foto Juan José Morín

Precios de asistentes personales digitales (PDAs) en Internet y tiendas de la Ciudad de México

Marca / Modelo	Precio mínimo en la Cd. de México	Tiendas con precio mínimo en la Ciudad de México	Tienda virtual	Precios	Tienda virtual	Precios
Con sistema operativo Palm						
Palm /Zire 21	1,250	Office Max, Comercial Mexicana y Mega Comercial Mexicana	decompras.com	1,319	sanborns.com.mx	1,339
Sony / Clié PEG-TJ25	2,300	Circuit Lap y PC Lap	sanborns.com.mx	2,499		
Palm / Tungsten E	2,500	Circuit Lap	sanborns.com.mx	2,699	decompras.com	2,699
Sony /Clié PEG-TJ35	2,700	Circuit Lap	sanborns.com.mx	2,999		
Palm / Zire 71	2,800	Circuit Lap, Full Laptop's, Imperio y Planet Computer	decompras.com	3,129	sanborns.com.mx	3,249
Palm / Tungsten T3	4,595	Circuit Lap	lomasnuevo.com	4,979	decompras.com	5,129
Palm / Tungsten C	5,000	Digital Shop	paguito.com	4,711	compuespacios.com.mx	5,118
Sony /Clié PEG-UX50	7,500	Full Laptop's y PC Lap	sanborns.com.mx	8,999		
Pocket PC						
Hewlett Packard / iPAQ Pocket PC H2210	5,499	Office Max	uni-com.com.mx	6,554		
Hewlett Packard / iPAQ Pocket PC H4150	5,999	Office Depot	uni-com.com.mx	8,332		

Precios recabados en la semana del 19 al 23 de abril de 2004.
Nota: Todos lo precios incluyen flete y el 15% del IVA.

En los sitios de subasta en Internet www.mercadolibre.com y www.deremate.com se encontraron varios precios por debajo de los mínimos observados en la Ciudad de México. Por ejemplo, en el primer sitio se encontró que el precio de la Palm Tungsten C era de $4,200.00, es decir, $800.00 debajo del mínimo mencionado.

Tenga en cuenta que al comprar en esta clase de sitios como los antes mencionados la operación no es directa con el fabricante o un distribuidor autorizado, por lo que debe ser muy cuidadoso en la transacción. Al respecto, es conveniente que lea el artículo sobre comercio electrónico que aparece en este mismo número.

Ropa interior para caballero

La ropa interior masculina no escapa a los caprichos de la moda, por tanto, la elección depende del gusto, sin embargo, cualidades como resistencia y comodidad no deben dejarse de lado. Aquí le informamos lo que necesita saber para elegir las mejores prendas.

Foto Archivo

Hoy en día es fácil encontrar ropa interior para caballero de diversos estilos, como playera y camiseta, trusa, bikini, bóxer y *biker*. La mayoría de estas prendas se confeccionan en algodón, fibras sintéticas, o con la mezcla de ambos. Dada la gran variedad de marcas y modelos de ropa interior que ofrece el mercado nacional, el Laboratorio de Pruebas Profeco analizó la calidad de este tipo de prendas. El presente estudio comprendió las prendas de ropa interior mencionadas, manufacturadas en tejido de punto, chifón (plano), *rib* (acanalado), cárdigan e *interlock* (ver recuadro), con fibras textiles como algodón, poliéster, poliamida (nylon) y elastano, o con mezclas de éstas. Todas las prendas fueron de color blanco y tallas chica, mediana y grande.

Las pruebas

Cada modelo fue sometido a diez pruebas que, para su mejor comprensión, se agruparon en los ocho conceptos que se describen a continuación.

Información al consumidor. Se verificó que las prendas ostentaran en forma legible y en español, en una o más etiquetas permanentes colocadas en la parte interior del cuello, en la cintura o en cualquier otro lugar visible, la siguiente información: marca comercial, descripción de insumos (porcentaje en orden de predominio), talla, instrucciones de cuidado (en este caso se permiten símbolos), país de origen; nombre, denominación o razón social y Registro Federal de Contribuyentes del fabricante o importador.

Confección (acabados). La ropa debía tener buena presentación y estar libre de defectos a simple vista. Se revisaron los acabados en lo que respecta a uniformidad de costuras, hilos excedentes, firmeza de botones o broches, correspondencia entre botones y ojales, homogeneidad de color, defectos en la tela (homogeneidad de la tela y uniformidad del tejido) y simetría de las piezas.

Tallas. Se comprobó que las dimensiones de las prendas correspondieran con las señaladas en la etiqueta.

Identificación de fibras (composición de telas). Se revisó que los materiales de fabricación de las prendas correspondieran a lo indicado en la etiqueta.

Resistencia de la tela. Se determinó la fuerza necesaria para la ruptura de la tela

Resistencia al deterioro por lavado. Se evaluó la resistencia al desgaste que tiene la prenda al ser sometida a 50 ciclos normales de lavado y secado. Se realizaron mediciones de resistencia, pérdida de masa, apariencia y elasticidad, antes y después de los 50 ciclos.

Resistencia al encogimiento. Se determinaron los cambios dimensionales que sufrieron las prendas después de un ciclo de lavado automático.

Resistencia al amarillamiento. Se evaluó el daño que provoca la luz solar a las prendas (blancas) cuando son secadas al sol. La prueba se realizó con un simulador de ambiente que representa la luz natural de manera controlada y acelerada. Las prendas fueron sometidas a un equivalente de 65 horas de sol.

Ficha técnica

Periodo de muestreo: 26 de enero al 18 de febrero del 2004
Periodo de análisis: 11 de febrero al 26 de marzo del 2004
Número de marcas analizadas: 26
Modelos analizados: 139
Pruebas realizadas: 6,394

Normatividad

Para la realización del presente estudio se tomaron como referencia las siguientes normas:

NOM-004-SCFI-1994. Información comercial – Etiquetado de productos textiles. Prendas de vestir y sus accesorios.
NMX-278-1997-INNTEX. Tejido de punto – Descripción de defectos – Sección I. Generalidades.
NMX-A-280-1996-INNTEX. Especificaciones para tallas del cuerpo humano.
NMX-A-095-2001-INNTEX. Industria del vestido, tallas para pantaletas para dama. (Esta norma sólo se utilizó como referencia.)
NMX-A-162-1971. Método de prueba para la identificación de fibras y filamentos textiles.
NMX-A-216-1996-INNTEX. Método de prueba para determinar la resistencia al reventamiento en género de punto (método Mullen Burst).
NMX-A-165-INNTEX-1995. Método para determinar la solidez del color a la luz y a la intemperie.
NMX-A-074-1995-INNTEX. Método de prueba para la determinación de la solidez del color al lavado doméstico e industrial.
NMX-A-072-INNTEX-2001. Determinación de la masa del tejido por unidad de longitud y por unidad de área.
NMX-A-158-INNTEX-1999. Determinación de los cambios dimensionales en el lavado de tejidos de calada y de punto – Método de prueba.
NMX-A-099-1995-INNTEX. Terminología y clasificación de fibras y filamentos textiles.
NMX-A-110-1996-INNTEX. Método de prueba para acondicionamiento de fibras y productos textiles para su ensayo.
NMX-A-240-1982. Industria textil y del vestido. Simbolismo para la indicación y conservación de prendas y/o artículos textiles.

Foto Juan José Morín

Conclusiones

- Varios de los modelos analizados presentaron un encogimiento tal (ver tablas) que en algunos casos representó una modificación de talla.
- En lo que respecta a insumos, varios modelos presentaron variaciones entre lo indicado en la etiqueta y lo verificado (ver tablas).
- Como se puede observar en las tablas, en la columna de amarillamiento existen varios modelos que presentan fallas, las cuales pueden obedecer, en primer lugar, a una baja calidad del algodón y, en segundo, a un procedimiento de blanqueo deficiente.
- Hubo modelos que en su empaque ofrecen garantía, sin embargo, no cumplen con los requisitos legales que deberían cubrir, como indicar qué aspectos cubre, la vigencia y el lugar donde se puede hacer efectiva, etc.
- En relación a la prueba de verificación de tallas, se puede comentar que al no existir una norma de tallas de ropa interior para caballero, cada fabricante confecciona sus productos con base en especificaciones propias, por lo que las tallas puede presentar variaciones entre marcas y modelos. En los resultados, la mejor calificación indica los modelos que se acercaron más a las dimensiones promedio encontradas.

Recomendaciones de compra

- No adquiera ropa interior si el empaque está maltratado o roto.
- Elija la talla adecuada. Recuerde que un ajuste adecuado proporciona mayor comodidad.
- Si decide comprar estas prendas al mayoreo, asegúrese de que no tengan defectos visibles como hilos excedentes, nudos, puntos abiertos, decoloraciones o cualquier otra anomalía en su textura, forma, tamaño o simetría.
- Le recordamos que el precio de estos productos, como el de muchos otros, varía considerablemente entre marcas y establecimientos, por lo que se sugiere comparar precios y calidad antes de adquirirlos.

Trusas

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Información al consumidor	Acabados	Tallas	Insumos		Resistencia al encogimiento	Resistencia de la tela	Resistencia al deterioro por lavado	Resistencia al amarillamiento
					Indicado	Verificado				
Calvin Klein / U1000D / México	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	E	E	MB
Trueno / 4000 / México	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	E	MB
Skiny / 76191 / México	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	E	MB
Hanes / 7766 / México	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	E	MB
Rinbros / 219 / México	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	E	MB
Hanes / 22491 / México	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	B	B
Optima / 39002 / México	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	B	R
Zaga / 2TU856 / México	B	2	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	B	B
Basila / 153 / México	B	1, 2	E	Cumple	50% CO 50% PES	42% CO 58% PES	MB	B	E	B
Inter Moda / 4019 / México	B	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	E	B
Studio Club / 705 / México	B	4	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	R	B	B
Benati / 7910 / México	R	1, 2, 3	MB	No cumple	50% CO 50% PES	52% CO 48% PES	B	E	B	B
Alberto / 14 / México	R	1, 2	MB	No cumple	50% CO 50% PES	43% CO 57% PES	B	R	R	MB
Casfer / 500 / México	R	4	MB	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	B	B

Información al consumidor
1. Instrucciones de lavado incompletas
2. Instrucciones de secado incompletas
3. Instrucciones de planchado incompletas
4. Instrucciones de blanqueo incompletas

Significado de:
Insumos
CO = Algodón (*cotton*)
PES = Poliéster (*polyester*)

E = Excelente | MB = Muy bien | B = Bien | R = Regular

Recomendaciones de conservación

- Lea en la etiqueta las instrucciones de cuidado y conservación.
- Para evitar que se deteriore, no exponga las prendas al sol por periodos prolongados.
- Cuando lave la ropa interior en la lavadora, separe las prendas de color para que las blancas no se tiñan.
- De preferencia, extienda las prendas sobre una toalla en una superficie plana y a la sombra.

Foto Archivo

Playeras

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Información al consumidor	Acabados	Tallas	Insumos		Resistencia al encogimiento	Resistencia de la tela	Resistencia al deterioro por lavado	Resistencia al amarillamiento
					Indicado	Verificado				
Calvin Klein / U9001 / Brasil	**E**	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	E	E	E	B
Rinbros / 4024 / México	**MB**	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	E	B	B
Hanes / 21351 / México	**MB**	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	B	MB
Skiny / 72730 / México	**MB**	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	E	MB
Trueno / 300V / México	**MB**	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	B	MB
Zaga / 873 / México	**MB**	Completa	E	Cumple	100% CO	100%CO	MB	B	B	B
Alfani / 500 / México	**MB**	2	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	E	MB
Optima / 32541 / México	**MB**	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	B	B
Basic Image / 8555 / México	**MB**	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	E	R	B	B
Calvin Klein / U7024D / Tailandia	**MB**	Completa	E	Cumple	100%CO	100% CO	MB	E	B	B
Calvin Klein / M9065 / Brasil	**MB**	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	B	B
Hanes / 7876 / México	**MB**	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	E	B	B
Basic Image / 8549 / México	**MB**	Completa	E	Cumple	100%CO	100% CO	MB	R	B	B
Trueno / 300R / México	**MB**	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	B	B
Inter Moda / 4040 / México	**B**	4	E	Cumple	100% CO	100% CO	E	B	B	B
Rinbros / 4026 / México	**B**	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	B	B
Zaga / 874 / México	**B**	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	B	B
Optima / 32543 / México	**B**	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	E	B	B

Foto Juan José Morín

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Información al consumidor	Acabados	Tallas	Insumos		Resistencia al enco-gimiento	Resistencia de la tela	Resistencia al deterioro por lavado	Resistencia al amarilla-miento
					Indicado	Verificado				
Weekend / 20012 / México	B	Completa	E	Cumple	95% CO 5% El	91% CO 9% El	E	B	B	E
Basila / 161 / México	B	1, 2	E	Cumple	50% CO 50% PES	49% CO 51% PES	MB	B	B	MB
Faloni / 0310 / México	B	1, 2, 3	MB	No cumple	50% PES 50% CO	53% PES 47% CO	B	E	B	MB
Faloni / 0210 / México	B	2, 3	MB	No cumple	50% PES 50% CO	53% PES 47% CO	B	E	B	MB
Inter Moda / 4050 / México	B	4	E	Cumple	100% CO	100% CO	E	B	B	B
Basic image / 620 / México	B	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	R	B	B
Casfer / 620 / México	B	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	R	B	B
Hanes / 7771 / México	B	1	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	B	B
Skiny / 76408 / México	B	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	B	B
Faloni / 0220 / México	B	2, 3	MB	No cumple	50% PES 50% CO	52% PES 48% CO	E	B	B	MB
Benati / 3059 / México	B	2, 3	E	No cumple	50% PES 50% CO	58% PES 42% CO	MB	R	E	B
Faloni / 0320 / México	R	2, 3	MB	No cumple	50% PES 50% CO	52% PES 48% CO	MB	R	B	B
Fruit Of The Loom / 2525 / Salvador	R	1	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	R	B	MB
Fruit Of The Loom / 2727M / Salvador	R	1	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	R	B	B
Alberto / 28-R / México	R	2	E	Cumple	50% CO 50% PES	40% CO 60% PES	MB	R	B	MB
Faloni / 0330 / México	R	2, 3	MB	No	No indica	100% CO	B	R	E	B

Información al consumidor
1. Instrucciones de lavado incompletas
2. Instrucciones de secado incompletas
3. Instrucciones de planchado incompletas
4. Instrucciones de blanqueo incompletas

Significado de:
Insumos
CO = Algodón (*cotton*)
El = Elastano
PES = Poliéster (*polyester*)

E = Excelente | MB = Muy bien | B = Bien | R = Regular

Foto Juan José Morín

Cómo alargar la duración de sus prendas

Algodón. La ropa interior confeccionada con esta fibra puede lavarse y exprimirse en la lavadora. Debe secarse a la sombra, ya que el sol la oxida y se pone amarillenta, además de que la fibra se degrada. El uso de blanqueadores con cloro o peróxido debilita las fibras. Si plancha estas prendas, deberá usar la temperatura que corresponde a esta tela.

Poliéster. Es conveniente lavarlo en lavadora y secarlo a la sombra.

Fibras mezcladas. Las telas mezcladas son aquellas que se fabrican con hilos de diversas fibras. Para conservarlas en buen estado deben lavarse de acuerdo con las indicaciones de la etiqueta.

Camisetas

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Información al consumidor	Acabados	Tallas	Insumos		Resistencia al encogimiento	Resistencia	Resistencia al deterioro por lavado	Resistencia al amarillamiento
					Indicado	Verificado				
Skiny / 72729 / México	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	E	B	B
Trueno / 450 / México	MB	Completa	E	Cumple	50% CO 50% PES	49% CO 51% PES	MB	B	E	B
Alfani / 810 / México	MB	2	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	E	E	MB
Rinbros / 2001 / México	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	E	MB
Navigare / 1029 / México	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	E	B	B	MB
Alberto / 27 / México	MB	Completa	E	No cumple	50% CO 50% PES	49% CO 51% PES	MB	E	B	B
Hanes / 7896 / México	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	B	B
Studio Club / 706 / México	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	B	B
Zaga / ZCS876 / México	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	E	B	B	B
Basila / 150 / México	B	1, 2	MB	Cumple	50% CO 50% PES	48% CO 52% PES	MB	E	B	MB
Trueno / 400 / México	B	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	B	B
Benati / 5910 / México	B	2, 3	MB	No cumple	50% CO 50% PES	47% CO 53%PES	MB	E	B	B
Hanes / 3721 / México	B	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	R	B	B
Skiny / 76407 / México	B	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	B	B
Basic Image / 600 / México	B	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	B	B
Casfer / 600 / México	B	Completa	B	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	B	B
Faloni / 0120 / México	B	2	MB	No cumple	50% PES 50% CO	52% PES 48% CO	MB	B	B	B
Optima / 32241 / México	B	Completa	MB	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	B	B
Inter Moda / 4021 / México	B	4	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	R	B	B
Faloni / 0110 / México	B	2	E	No cumple	50% PES 50% CO	57% PES 43% CO	B	E	B	MB
Faloni / 0130 / México	R	2	MB	No cumple	No indica	100% CO	B	B	B	B
Fruit Of The Loom / 2501M / Salvador	R	1	E	No cumple	100% CO	100% CO	B	R	R	B

Información al consumidor
1. Instrucciones de lavado incompletas
2. Instrucciones de secado incompletas
3. Instrucciones de planchado incompletas
4. Instrucciones de blanqueo incompletas

Significado de:
Insumos
CO = Algodón (*cotton*)
PES = Poliéster (*polyester*)
El = Elastano
PA = Poliamida

Bóxers

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Información al consumidor	Acabados	Tallas	Insumos		Resistencia al encogimiento	Resistencia	Resistencia al deterioro por lavado	Resistencia al amarillamiento
					Indicado	Verificado				
Calvin Klein / U1018 / Israel	MB	Completa	E	Cumple	95% PA 5% El	96% PA 4% El	E	E	B	MB
Skiny / 72733 / México	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	E	MB
Skiny / 76406 / México	MB	Completa	E	Cumple	95% CO 5% El	93% CO 7% El	MB	B	E	B
Trueno / 8001 / México	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	R	E	B
Skiny / 76428 / México	MB	Completa	E	Cumple	95% CO 5% El	92% CO 8% El	B	B	B	B
Calvin Klein / U1012D / Hong Kong	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	B	B
Rinbros / 230 / México	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	R	E	B
Optima / 31302 / México	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	B	B
Alfani / 1075 / México	MB	2	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	E	MB
Derby / 1726 / México	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	E	B	B
Hanes / 2349 / México	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	R	E	B
Oleg Cassini / 1632 / México	MB	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	E	B	B
Casfer / 900 / México	B	4	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	B	B
Basic Image / 900 / México	B	Completa	MB	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	B	E
Benati / 9078 / México	B	2, 3	E	No cumple	50% PES 50% CO	51% PES 49% CO	MB	B	B	E
Zaga / ZBX548 / México	B	2	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	B	B
Trueno / 8002 / México	B	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	R	R	E	B
Alberto / 15 / México	B	1, 2	E	Cumple	50% CO 50% PES	48% CO 52% PES	B	B	B	B
Cento x Cento / 0600 / México	B	1, 2	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	E	B
Play Boy / 2140 / México	B	1, 2	E	Cumple	90% CO 10% PES	88% CO 12% PES	B	B	B	MB
Navigare / 102 / México	B	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	E	B	R
Oleg Cassini / 1636 / México	B	Completa	MB	Cumple	100% CO	100% CO	R	E	B	E
Rinbros / 401 / México	B	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	R	B	B
Play Boy / 9510 / México	B	1, 2	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	B	MB
Derby / 1702 / México	B	1	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	R	B	B
Faloni / 0731 / México	B	2, 3	E	Cumple	50% CO 50% PES	100% CO	B	B	R	E
Duomo / 3015 / México	R	1, 2	E	Cumple	50% CO 50% PES	100% CO	B	E	B	MB
Oleg Cassini / 1636 / México	R	Completa	E	Cumple	90% CO 10% PES	100% CO	R	B	B	R

E = Excelente | MB = Muy bien | B = Bien | R = Regular

Bikinis

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Información al consumidor	Acabados	Tallas	Insumos		Resistencia al encogimiento	Resistencia	Resistencia al deterioro por lavado	Resistencia al amarillamiento
					Indicado	Verificado				
Calvin Klein / U1017 / Israel	**E**	Completa	E	Cumple	95% PA 5% El	95% PA 5% El	E	E	E	MB
Skiny / 76405 / México	**E**	Completa	E	Cumple	95% CO 5% El	94% CO 6% El	E	B	E	MB
Skiny / 72731 / México	**MB**	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	E	B	E	MB
Oleg Cassini / 1607 / México	**MB**	Completa	E	Cumple	50% PES 50% CO	53% PES 47% CO	B	E	B	MB
Rinbros / 424 / México	**MB**	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	E	B
Alfani / 1065 / México	**MB**	2	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	E	E	MB
Squash / 3506 / México	**MB**	Completa	E	No cumple	50% PES 50% CO	52% PES 48% CO	MB	E	B	MB
Calvin Klein / U1010D / Hong Kong	**MB**	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	B	B
Trueno / 250 / México	**MB**	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	E	B
Derby / 3727 / México	**MB**	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	E	E
Derby / 3705 / México	**B**	Completa	E	No cumple	50% PES 50% CO	52% PES 48% CO	B	B	B	MB
Duomo / 1004 / México	**B**	1, 2	E	Cumple	100% CO	100% CO	E	E	B	E
Zaga / ZBK 911 / México	**B**	2	E	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	B	B
Derby / 3723 / México	**B**	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	B	B
Squash / 3523 / México	**B**	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	R	E	MB
Derby / 6700 / México	**B**	Completa	E	No cumple	100% CO	100% CO	B	E	B	B
Derby / 3716 / México	**B**	Completa	E	No cumple	100% CO	100% CO	B	B	B	E
Faloni / 0631 / México	**B**	2, 3	MB	Cumple	100% CO	100% CO	MB	B	B	E
Zaga / ZBK 906 / México	**B**	2	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	B	B
Oleg Cassini / 1601 / México	**B**	Completa	E	Cumple	90% CO 10% PES	91% CO 9% PES	B	E	B	B
Derby / 3747 / México	**B**	Completa	E	No cumple	100% CO	100% CO	B	E	B	R

Tipos de tejido de punto

Chifón. Tiene como características principales una elasticidad y suavidad regulares, retención térmica baja (conserva poco el calor del cuerpo) y bajo relieve (plano).
Cárdigan. Ofrece buena elasticidad, suavidad regular, retención térmica regular y relieve mediano.
***Rib* (acanalado).** Este tejido presenta excelente elasticidad y suavidad, retención térmica mediana y relieve alto (franjas a lo largo).
Estructura *interlock*. Es un tejido de punto de buena elasticidad, excelente suavidad, retención térmica alta y relieve bajo.

Foto Juan José Morín

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Información al consumidor	Acabados	Tallas	Insumos		Resistencia al encogimiento	Resistencia	Resistencia al deterioro por lavado	Resistencia al amarillamiento
					Indicado	Verificado				
Derby / 3736 / México	B	Completa	E	No cumple	100% CO	100% CO	R	E	B	B
Benati / 9031 / México	B	2, 3	E	No cumple	100% CO	100% CO	MB	B	B	E
Oleg Cassini / 1613 / México	B	Completa	E	Cumple	90% CO 10% PES	91% CO 9% PES	B	B	B	B
Play Boy / 0021 / México	B	1, 2	E	No cumple	100% CO	100% CO	B	E	B	E
Play Boy / 1370 / México	B	1, 2	E	No cumple	100% CO	100% CO	B	E	B	E
Squash / 6500 / México	B	Completa	MB	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	B	B
Faloni / 0630 / México	B	2, 3	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	R	B	E
Squash / 4548 / México	B	Completa	MB	Cumple	90% CO 10% PES	65% CO 35% PES	B	R	B	MB
Audazzia / No presenta / México	B	1	E	No cumple	50% PES 50% CO	52% PES 48% CO	MB	E	R	E
Play Boy / 9590 / México	B	1, 2	E	No cumple	100% CO	100% CO	MB	R	B	E
Squash / 4542 / México	B	Completa	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	R	MB
Derby / 3737 / México	B	Completa	E	No cumple	100% CO	100% CO	B	R	B	E
Squash / 3502 / México	B	1	E	Cumple	100% CO	100% CO	B	B	B	B
Play Boy / 0413 / México	B	1, 2	E	No cumple	100% CO	100% CO	B	B	B	E
Play Boy / 9570 / México	B	1, 2	E	No cumple	100% CO	100% CO	B	B	B	MB
Play Boy / 0009 / México	B	1, 2	E	No cumple	100% CO	100% CO	B	E	B	MB
Squash / 3526 / México	B	1	E	No cumple	100% CO	100% CO	B	E	B	B
Squash / 6501 / México	R	Completa	E	No cumple	100% CO	100% CO	B	E	R	B
Cento x Cento / 0064 / México	R	1, 2	E	No cumple	100% CO	100% CO	B	B	B	B

Información al consumidor
1. Instrucciones de lavado incompletas
2. Instrucciones de secado incompletas
3. Instrucciones de planchado incompletas
4. Instrucciones de blanqueo incompletas

Significado de:
Insumos
CO = Algodón (*cotton*)
PES = Poliéster (*polyester*)
PA = Poliamida
El = Elastano

E = Excelente | MB = Muy bien | B = Bien | R = Regular

Centros de atención a clientes

Los siguientes fabricantes o importadores de ropa interior para caballero, cuentan con centros de atención a clientes: Faloni, Alberto, Benati, Alfani, Optima, Zaga, Skiny, Fruit Of The Loom, Hanes, Basila, Squash y Derby.

La forma de entrar en contacto con ellos aparece en la etiqueta o empaque de sus productos.

Si requiere más información sobre este estudio, comuníquese a nuestro Laboratorio de Pruebas al teléfono 5544-2060 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede consultar otros estudios de calidad en nuestra página de Internet, www.profeco.gob.mx

Para ser un padre muy padre

El espejo del consumo

Foto Juan José Morín

Los niños parecen llegar con baterías incluidas, pero todos nacen sin instructivo en español o en algún otro idioma. Y aunque la experiencia humana se acumula por siglos, cada hijo es único y por eso es también única la experiencia de ser padre. ¿En qué ha cambiado la paternidad a lo largo del tiempo? ¿Cómo disfrutar siendo mejor padre y educando a los hijos, en un mundo dominado por el consumismo, la publicidad y la mercadotecnia?

Por Luis Mariano Acévez

"Papá, ¡cómprame algo!" es una petición que todos los días escuchan muchos padres en el supermercado, en los tianguis o en los centros comerciales. No importa lo que sea, comprar algo nos hace formar parte de un mundo que afirma por todos los medios: "Si compras, vales y vales según lo que compres..."

La paternidad, ese estilo propio de cada padre para relacionarse con sus hijos, es influido notablemente por las pautas que impone nuestra sociedad de consumo y esto tiene un fuerte impacto en la educación de los hijos que, a su vez, serán padres y madres. Si queremos impulsar un verdadero cambio en las relaciones familiares, para que todos se desarrollen mejor como personas, es importante revisar qué conductas y modos de ser de los padres están ayudando a que los hijos crezcan libres y cuáles lo impiden.

El proveedor solitario

A pesar de que la sociedad actual parece exigir que los papeles del padre y la madre sean cada día más parecidos, persiste la imagen tradicional en la que el papá se encarga de trabajar y de mantener a la familia –por lo cual está fuera de casa todo el día– mientras la mamá se queda para hacer la comida y cuidar a los hijos, ir a las juntas de la escuela y ayudarles a hacer la tarea. En general, los niños consideran a la mamá más vinculada emocionalmente a ellos, mientras el padre suele mantenerse distante. Estos roles son tan fuertes que, cuando la madre se ausenta, el padre no sabe cómo atender la casa ni qué hacer de comer y lo que es peor, cómo cuidar a sus hijos, porque no conoce las necesidades afectivas de cada uno. Todo esto se traduce, finalmente, en un sentimiento de aislamiento y soledad que es frecuente en muchos padres.

Pero la sociedad contemporánea ha ido imponiendo nuevos papeles. Por ejemplo, en el aspecto laboral, las mujeres tienen hoy más oportunidades de trabajo y sus horarios no siempre son compatibles con los de sus maridos ni con los de la escuela. En un mundo que cambia tan aceleradamente, es necesario que tanto el padre como la madre estén preparados para compartir e intercambiar roles y establecer relaciones familiares con mayor equilibrio. Ambos deben ser proveedores, educadores, amas de casa, confidentes, organizadores del hogar, aliados y acompañantes en la aventura del crecimiento personal de los hijos.

¿En qué consiste, entonces, lo verdaderamente esencial del papel del padre? Como cada caso tiene sus propias condiciones y sus propias características, la mejor manera de responder a esta pregunta empieza por tener claras las necesidades de los hijos, para que así puedan encontrarse las fórmulas que permitan, en cada familia, establecer el ambiente más propicio. Una crianza sana de los hijos atiende a diez principios básicos:

1. Atención

Los hijos requieren que su padre esté emocionalmente dispuesto para ellos; que el tiempo que compartan sea un tiempo de calidad, centrado en ellos y en sus necesidades. Esto quiere decir que es más valioso un tiempo breve, pero totalmente dedicado a atenderlos, que muchas horas de atención dividida o dispersa, en las que los hijos aprenden que solamente son uno de tantos intereses y ocupaciones, que ellos son tan importantes (o menos) que la televisión o los amigos de papá. Ningún regalo, por caro o espectacular que sea, sustituye un rato de auténtico interés y cercanía.

2. Comprensión

Es indispensable que los hijos se sientan entendidos. Esto les ayuda a recorrer el propio camino del descubrimiento personal y el de su propia aceptación. Un padre que establece principios sanos de disciplina y que es capaz de mantenerla firme pero amorosamente y con suavidad, permite que sus hijos aprendan modos constructivos para enfrentar los conflictos. Dentro de esa disciplina está también el aprendizaje sobre las propias necesidades y las formas de satisfacerlas, para poder distinguir lo que realmente es necesario, de lo que la mercadotecnia quiere imponer.

3. Expresión del amor

Los niños aprenden sobre sí mismos a partir del modo en que son vistos y considerados por sus padres. La imagen que van construyendo de sí mismos se nutre de lo que escuchan decir a sus padres. Un padre capaz de expresar a sus hijos su amor por ellos, los nutre emocionalmente, fortalece su autoestima y les proporciona una de las armas más poderosas para su desarrollo. Los regalos nos pueden ayudar a expresar el amor, pero nunca lo sustituyen.

4. Inclusión

Radiografía de la paternidad en una familia mexicana

◗ Abuelo [César Silva Rojas, 79 años]

1. ¿Cómo fue usted como papá? Traté a mis hijos con mucho cariño. No fui muy exigente ni solapador con ellos.

2. ¿Cómo debe ser un buen padre? Sobre todo, ser amigo de sus hijos. Ni ser muy generoso ni muy drástico.

3. ¿Antes era necesario gastar para demostrar ser buen padre? Sí, en nuestra época era necesario gastar. Yo viajaba mucho y les traía muchos regalos. Pero creo que gastar sólo para ser un buen padre echa a perder a los niños... darles tanto, sin que lo asimilen bien, es un error. Mi hijo tiene dos niñas y seguramente es muy querendón con ellas. Pero el gasto no siempre quiere decir amor.

4. ¿Cuánto tiempo convivía con sus hijos? En realidad poco, por cuestiones de trabajo. Como periodista me la pasé casi siempre fuera de México... visité 51 países.

◗ Padre [César Silva garcía, 47 años]

1. ¿Cómo fue su padre con usted? Mi padre fue una persona muy rígida, nos exigió bastante, pero con la finalidad de formarnos. Tengo de él recuerdos sensacionales, incluso de los castigos que nos aplicaba.

2. ¿Cómo es usted como papá? Trato de darles a mis hijos lo que por alguna situación yo no pude tener... pero soy conciente de que no puedo darles todo ni en la cantidad que piden ni en el momento en que lo solicitan.

3. ¿Qué cree que es lo que más necesita su hijo? Creo que hay que darle tiempo de calidad y no compensar nuestra falta de presencia con algún obsequio o regalo.

Fotos Juan José Morín

◗ Hija [Paulina Silva Rodríguez, 11 años]

1. ¿Qué es lo que más te gusta hacer con tu papá? Ir al cine con él y divertirnos mucho, jugar con nuestros perros.

2. ¿Le pides muchas cosas a tu papá? Bueno sí, le pido cosas. Si me porto bien o saco buenas calificaciones me compra alguna cosa... aunque a veces no me compra nada y me dice que será para el próximo mes...

3. ¿Cómo definirías a tu papá? Es una persona que es muy cariñosa conmigo y además tiene la misma sangre que yo.

Para los hijos es imprescindible sentir que forman parte de una familia, cualquiera que sea su tipo y su condición. Un hijo que se siente "parte de algo", que es un miembro aceptado y apreciado, que tiene un lugar insustituible, crece sano y fuerte. No hay broma más cruel que aquella –tan frecuente– con que a veces jugamos diciéndole a un hijo que "es recogido o adoptado". Un padre que sabe dar su lugar a cada hijo, que reconoce la personalidad y las características diferentes y siempre valiosas en cada uno, está fortaleciendo el sentido de identidad y de pertenencia. También en la forma de regalar y de consumir podemos subrayar estos matices individuales: cada hijo es único y diferente de los demás.

5. Validación de los sentimientos

Los hijos aprenden de sus padres a aceptar o a rechazar los propios sentimientos. Aprenden a calificar a algunos de ellos como buenos y a otros como negativos y van limitando su capacidad para sentir, según lo que ven en sus padres. También pueden aprender que no hay nada malo en sentir cualquier cosa y que lo importante es saberlo expresar adecuadamente, para ir construyendo unas relaciones sanas con los demás. Cuando un padre reconoce la libertad de sus hijos para sentir lo que sea y los respeta, los entiende y les enseña –sobre todo con el ejemplo– a expresarlo sanamente, está dándoles un soporte invaluable para el resto de su vida.

6. Estructura y límites

Los hijos crecen y se desarrollan sanamente cuando viven en un ambiente seguro y predecible, donde los límites son claros y las "reglas del juego" son conocidas y compartidas por todos. Cuando un

padre es congruente, es decir, cuando lo que piensa es equivalente a lo que siente, lo que dice y lo que hace, está construyendo una plataforma de seguridad que es indispensable para que los hijos puedan vivir y aprender a relacionarse en el respeto, la solidaridad y el amor. Nada desgasta más emocionalmente que la incertidumbre acerca de lo que se vale y lo que no se vale hacer o decir; acerca de cómo será la reacción del padre y de lo que es aceptable o lo que no es aceptable en una familia.

7. Modelaje

Los niños aprenden a hablar escuchando la voz de sus padres. Aprenden a caminar porque los ven caminar. Aprenden a consumir viendo cómo consumen y a vivir viendo vivir a sus padres. Mucho más que de otras influencias como la escuela, la televisión o los amigos, los niños aprenden del ejemplo de sus padres. La huella más profunda en la educación es la que dejan las opiniones, las conductas, las actitudes, los sentimientos y los modos de ser de los padres, los hermanos, los abuelos y las personas que tienen más cerca. Un padre que sabe consumir inteligentemente será el mejor ejemplo para que sus hijos lo hagan de la misma manera.

8. Compartir el poder

En muchas familias es el padre quien concentra el poder, quien decide, quien tiene la última palabra en los permisos, en los premios y en los castigos. Esto, además de impedir una participación enriquecedora en la vida familiar por parte de todos, pone sobre la espalda de los padres una carga que a veces es insoportable y les cierra la puerta para expresar ternura, comprensión y apoyo, ya que tienen que mantener la imagen del padre-autoridad. Sin embargo, muchos padres están cansados de ser "el malo del cuento" y estarían dispuestos a compartir el poder, incluso con los propios hijos, por ejemplo, invitándolos a participar, según su edad, en las decisiones de compra que afectan a la familia y hasta en el modo de determinar los premios y las sanciones justas.

9. Expectativas altas

Cuando los hijos sienten que se espera mucho de ellos, crece en su corazón el orgullo y las ganas de estar a la altura. Estudian, trabajan y se desarrollan motivados por esa expectativa. Pero si lo que se espera de ellos es exagerado o imposible, entonces su vida puede ser un infierno. No todos los niños pueden ser prodigios como Mozart ni estrellas del futbol como Hugo Sánchez.

Cuando un padre es capaz de sembrar en sus hijos una expectativa sana, sin querer que ellos logren lo que nunca pudo lograr él –sin hacerlos responsables de sus propias frustraciones– y sin aspirar a que "ellos tengan lo que yo no tuve", estará abriéndoles un amplio camino de logros personales.

10. Fortalecimiento personal

Lo más valioso que tienen los niños es su propia persona, su dignidad como seres humanos, la maravilla de existir y de convivir con los demás. No hay otro valor superior a ese. Ningún objeto, por caro o precioso que sea, podrá superar al valor que cada uno tiene por ser persona. Cuando un padre sabe reconocer ese valor y lo respeta, lo cuida, lo protege y ayuda a fortalecerlo, está cumpliendo con el objetivo más alto de la paternidad: el amor por alguien que es lo más entrañable y lo más cercano. Lo peor que puede vivir un hijo es la confusión de su propio valor con el valor de los regalos o los bienes materiales. El consumo siempre debe subordinarse a la dignidad y al valor que cada quien tiene por el solo hecho de ser una persona.

El consumo es un espejo

Los diez principios anteriores plantean la necesidad de ser concientes de los valores y las actitudes que conforman la vida de cada padre y de cada hijo, de lo que nos motiva a ser como somos y de lo que consideramos valioso en la vida. En una sociedad sometida a los impulsos de la publicidad y del mercado, cada uno de estos principios toca de cerca nuestros hábitos de consumo.

Los niños aprenden a hablar escuchando la voz de sus padres. Aprenden a caminar porque los ven caminar. Aprenden a consumir viendo cómo consumen, y a vivir viendo vivir a sus padres.

El modo de consumir es como un espejo particular. Si revisamos con mucho cuidados nuestra forma de consumir, nuestra forma de comprar, de gastar y de regalar a los hijos, podemos descubrir el significado que damos al hecho de ser padres. A través del consumo hacemos evidentes los valores y los modos en que nos relacionamos con los demás. A través del consumo dejamos claro en qué creemos y a qué le damos más importancia en la vida.

¿Cómo se traduce en un consumo inteligente este ser padre que cada uno tiene que descubrir? ¿Cómo detectar las verdaderas necesidades de los hijos? ¿Cómo ser libre para elegir y enseñar a los hijos a elegir, frente a la inmensa gama de ofertas que hay en el mercado? ¿Cómo hacer que prevalezcan el reconocimiento, el respeto, la tolerancia, la convivencia sana y el amor, cuando casi todo apunta en contra?

Si queremos que las cosas cambien y que el ser padre sea no sólo una carga y una responsabilidad enorme, sino también una experiencia plena y creativa, llena de gozo y de satisfacciones personales, hay que responder sinceramente a estas preguntas. Hay que descubrir la imagen que nos refleja el espejo del consumo. Y luego decidir si queremos que esa sea la herencia principal para nuestros hijos.

Para conocer más...

- Susan Forward, *Padres que odian*, Grijalbo, México, 1991.
- Dorothy Corkille, *El niño feliz, su clave psicológica*, Gedisa, México, 1989.
- Ernesto Meneses, *Educar comprendiendo al niño*, Universidad Iberoamericana, México, 1965.

Productos contra la disfunción eréctil

El 55% de los mexicanos mayores de 40 años sufren disfunción eréctil. En la actualidad, se ofrecen un sinnúmero de opciones para superar este padecimiento, entre ellas, algunas que han comprobado científicamente su seguridad y eficacia. Sin embargo, es necesario denunciar la existencia de un mercado negro de productos que engañan y frustran a los hombres que recurren a ellos e, incluso, pueden provocarles serios daños a su salud.

Por José Armando Aguilar

La disfunción eréctil (DE) es quizá el padecimiento sexual más estudiado hasta el momento, debido a que tiene un serie de repercusiones que relacionan de manera clara y alarmante, como pocos, lo orgánico con lo psicológico y social.

La DE afecta uno de los aspectos más fuertes de la masculinidad, la erección, y por tanto, daña de manera importante la autoestima de quien la padece. "Es un hecho que los hombres en general (y quizá los mexicanos en particular), le damos una sobrevaloración al papel de la erección. Es esa genitalización de la sexualidad la que nos dice que si no tenemos erección no valemos como hombres", afirma el médico especialista en psiquiatría Juan Luis Álvarez-Gayou Jurgenson, director general del Instituto Mexicano de Sexología.

Así pues, aunque ahora hablar sobre disfunción eréctil es mucho más común (lo que permite cierta desmitificación del problema), para muchos hombres todavía resulta penoso tratar sus problemas de erección, incluso con su pareja. Por fortuna, cada vez más se reconoce que la sexualidad es un parte fundamental del estado de salud del sujeto, lo que ha conducido a la aceptación de que la DE puede llegar a ser un problema serio de salud.

Un padecimiento muy común

Como definición, la DE es la incapacidad continua para tener o mantener una erección de suficiente calidad que permita una actividad sexual satisfactoria. Esto puede ir desde dificultades más o menos frecuentes para tener una erección, hasta la imposibilidad total para alcanzarla.

De acuerdo con el estudio "Prevalencia de disfunción eréctil en México y factores de riesgo asociados", presentado en la *Revista Mexicana de Urología* como el primer estudio epidemiológico controlado en su tipo, el 55% de sus encuestados (sobre una base de 1,200 hombres de 40 años o más) padece algún grado de disfunción eréctil. Al retomar este 55% de los entrevistados y equipararlos con los poco más de 10 y medio millones de hombres mayores de 44 años que, según el INEGI, hay en el país, podría hacerse una equivalencia bastante válida (al no haber otros estudios oficiales que determinen de manera contundente el número de hombres que padecen DE en México) de que casi 6 millones de mexicanos sufren DE.

Dentro del grupo estudiado, se pudo observar que existe una mayor incidencia para la DE leve (67.3%), seguida por la moderada (18.2%) y la severa (que alcanza apenas un 14.55%). Es decir, la gran mayoría de los afectados, de consultar a los especialistas adecuados, tienen buenas posibilidades de superar este problema de salud.

El problema radica en que son pocos los hombres que visitan al urólogo para tratarse: se calcula que apenas 10% de hombres con DE acude al médico y que, en promedio, llegan a pasar 18 meses entre que un hombre comienza a experimentar dificultades de erección y la búsqueda de ayuda.

Según expertos reunidos en el VI Congreso de la Sociedad Europea de Medicina Sexual que se realizó el pasado mes de noviembre, el problema alcanza proporciones de epidemia debido al alto índice de afectados: 152 millones en el mundo. Para el año 2025, se estima que 322 millones de hombres padecerán, en algún grado, este problema.

Sea como fuere, el que escribe se hizo pasar por uno más de quienes padecen DE y atendiendo a uno de tantos anuncios que se publican a diario en la prensa, fue en busca de la "solución" a su "problema":

"¡Te hará sentir como un toro!"

Avenida Insurgentes Sur de la Ciudad de México, número 404, un día de principios de abril. A través de la reja se alcanza a distinguir a un hombre que se levanta apresuradamente para abrir la puerta.

—¿Daniel Cubo? Vengo a ver lo del producto.

—¡Cómo no! Por favor, pase y cierre la puerta.

Se trata de un pequeño cuarto de tres por tres, oscuro, húmedo, que hace las veces de oficina y de exhibidor de los artículos que ahí se ofrecen: bombas de vacío (en varios modelos y colores), juguetes sexuales y "productos naturales" para el estrés, obesidad, diabetes, caída del cabello y problemas hormonales; pero los que inevitablemente llaman la atención son aquellos que se anuncian como la solución para la DE: "Adiós, disfunción eréctil. Con sólo una rociada, crecimiento y control de eyaculación", o "Reactivador sexual puro: con sólo una cápsula, obtienes una fuerte erección y potencia. ¡Te hará sentir como un toro!".

Este tipo de anuncios, que se pueden leer todos los días en el periódico, nos llevaron a visitar al "profesor Daniel Cubo" (así dice el letrero de la entrada).

—¿Ése es el *spray* para disfunción eréctil del que hablamos?

—En efecto, es un producto 100% garantizado. Lo hemos vendido por más de dos años y no ha habido ninguna queja.

—¿Seguro? ¿No me va a traer ningún problema?

—¡Claro que no! Al ser un producto 100% natural no tiene efectos secundarios.

Dicen que el perdido a todas va, y de esto se aprovechan los comerciantes de estos productos, que hacen lo que sea por vender una "botellita de esperanza". En realidad es increíble lo que se le puede decir a alguien que aparenta estar desorientado y ansioso (por no decir ilusionado) por encontrar algo que alivie su problema.

—¿De verdad es para la impotencia? No estoy hablando de eyaculación precoz.

—Sí, te voy a decir cómo funciona. Con una rociada en el glande es más que suficiente para curar cualquier problema que tengas de impotencia. Ahora que, si lo quieres para eyaculación precoz, tienen que ser dos rociadas. Mira, está más que comprobado, vendemos más de cien de estas botellas a la semana y nadie se ha quejado, al contrario, regresan por otras.

—¿Es usted profesor? ¿Estudió en alguna parte para vender estos productos?

—¡Ah! ¡Lo del letrero! No, yo nada más soy empleado, este negocio pertenece a una doctora.

—¿Cómo se llama?

Suena el teléfono (que por cierto interrumpió la venta en varias ocasiones). Es un posible cliente. Con una locuacidad incontenible, Daniel suelta exactamente el mismo guión que en las llamadas anteriores: "así es, el *spray* Erección Forte es un producto con más de dos años de venta al público, que le ayudará en problemas de eyaculación precoz, disfunción eréctil y le permitirá tener un control al máximo de la relación sexual. El *spray* le alcanza para 80 aplicaciones y lo único que tiene que hacer es rociar una vez el producto sobre el glande, cinco minutos antes de la relación sexual. Finalmente, déjeme decirle que éste es un producto probado, no como tantas cosas nuevas que están sacando. Tenemos envío a domicilio, con toda discreción".

—¿En qué estaba? ¡Ah, sí! ¡Llévatelo! Créeme que funciona.

El trato se cierra con la entrega de 400 pesos, el precio de la botellita, y una aclaración final:

—Recuerda que ningún producto naturista está garantizado, por lo que no aceptamos reclamaciones.

Al salir, un hombre mayor de 50 años, pasado de kilos, pregunta con ansiedad: "¿aquí son los productos?". Cuatrocientos pesos más para el profesor Cubo, o para la doctora sin nombre.

¿Qué nos vendieron?

Para responder a esta pregunta, ya que la etiqueta del frasco sólo dice que el *spray* contiene benzocaína como ingrediente activo, acudimos con el urólogo Carlos Pacheco Gahbler, expresidente de la Sociedad Mexicana de Urología, y con el psiquiatra Juan Luis Álvarez-Gayou Jurgenson.

El doctor Pacheco Gahbler opina: "la benzocaína no es otra cosa que un anestésico local, del tipo que utilizan los dentistas cuando van a poner una inyección. Lo único que este producto hace es adormecer las terminaciones nerviosas del glande. Obviamente, esto no es nada conveniente porque hay gente hipersensible a este tipo de medicamentos, lo que puede provocar una reacción alérgica local de severas consecuencias: desde una quemadura hasta la muerte ocasionada por un shock anafiláctico (reacción de hipersensibilidad grave y a veces fatal, a una sustancia sensibilizante, como un medicamento, vacuna, suero, etcétera)".

Pero hay más. También en cualquier tienda naturista tienen su versión del problema y, por supuesto, al menos una solución. Con evidente falta de rigor médico, el vendedor de uno de estos locales de "productos 100% naturales" explica que "el problema de la disfunción eréctil se debe, principalmente, a la mala alimentación y, sobre todo, al exceso de grasas que bloquean las arterias y las venas, lo que impide que la sangre llegue del corazón al pene".

Preguntamos en media decena de tiendas por un producto contra la disfunción eréctil. En todas nos ofrecieron el mismo artículo, el Testoforte. Lo que se puede leer en su caja reza así: "Testoforte es un medicamento efectivo contra la debilidad sexual ocasionada por la edad, sobreesfuerzo, desgaste e impotencia prematura. Testoforte retarda el envejecimiento, restableciendo rápidamente la energía sexual y corporal. Testoforte es un medicamento exclusivo para hombres adultos".

Son cápsulas elaboradas, según dice su etiqueta, por Laboratorios López en la República de El Salvador. La caja no muestra ningún permiso por parte de la Secretaria de Salud, ni mucho menos el nombre y razón social de quien lo importó. El psiquiatra Juan Luis Álvarez-Gayou opina acerca de la seguridad de este producto: "el Testoforte, definitivamente, es un producto peligroso. Por lo que dice su caja, contiene testosterona, la hormona responsable del deseo sexual. Si se toman estas píldoras en varias ocasiones, se alterarán los niveles de esta hormona, lo que sólo ocasionará un daño en el sistema hormonal y el funcionamiento del testículo, que podría resultar en una incapacidad reproductiva".

Por su parte, el doctor Carlos Pacheco también tiene su opinión sobre el producto: "si este producto de verdad contiene lo que dice, los pacientes que por alguna causa tienden a padecer cáncer de próstata, pueden desarrollar esta enfermedad al tomarlo".

Además, el empaque de estas cápsulas declara que contiene youmbina (un compuesto químico que se utilizó hace ya algunos años para que las hembras vacunas entraran en celo, y alrededor del cual giran una serie de mitos), que no ayuda en nada a alguien con DE.

Aún hay más...

"Impotencia sexual, no dé el viejazo" es el encabezado de una inserción pagada en el periódico que ofrece media decena de productos que prometen mejorar la vida sexual de cualquiera.

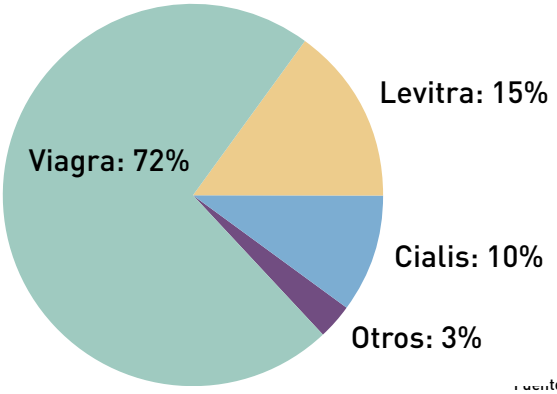
Los medicamentos autorizados

Hasta el mes de abril de 2004 se habían aprobado ocho registros sanitarios (requisito indispensable para que un medicamento pueda comercializarse en el país) para la indicación terapéutica "disfunción eréctil":

- Apodefil, Reg. No. 342M2003 SSA
- Cialis, Reg. No. 181M2002 SSA
- Levitra, Reg. No. 214M2002 SSA
- Maxifort-Zimax, Reg. No. 599M2003 SSA
- Proviron, Reg. No. 70642 SSA
- Taluvian, Reg. No. 024M2002 SSA
- Uprima, Reg. No. 009M2002 SSA
- Viagra, Reg. No. 213M98 SSA

El "pastel" de la DE

El mercado de medicamentos para disfunción eréctil en México está valuado en 70 millones de dólares. Así es como se reparte:



Fuente Pfizer

Así pues, el reportero acudió al número 323 de la Avenida Insurgentes Sur en la Ciudad de México.

Tras de pasar por un par de puertas de seguridad (de esas que se abren a larga distancia desde el interior) llegamos a una amplio cuarto pintado de color amarillo. En las cuatro paredes se leen anuncios de los servicios que ofrecen: "Centro esotérico. Lectura de cartas, limpias, lectura del café." Atrás de una estructura metálica, cual rejilla de prácticas de un juzgado, se escucha la voz de una mujer que pregunta con cierta descortesía: "¿Qué necesita?".

Luego de solicitarle algo contra la disfunción eréctil, la robusta señora nos muestra tres productos: una crema, cápsulas y el mismo *spray* que compramos antes. A decir de la vendedora, "cualquiera es efectivo para curar cualquier problema de impotencia o eyaculación precoz". El costo de cada uno de ellos es de 350 pesos. Finalmente nos decidimos por las cápsulas Man Power, un producto estadunidense que, al igual que el Testoforte, no cuenta con registro sanitario ni de importación, pero que ofrece la solución para ser "el gran, gran, hombre que siempre ha querido ser. Muéstrele a su pareja que usted tiene el poder de durar toda la noche".

Nada más por no dejar, pedimos factura. Nos dijeron que sí, siempre y cuando dejáramos una copia del RFC; por supuesto, no aceptamos. Ante la insistencia de obtener un papel con el que pudiéramos demostrar nuestra compra, Lorena Hernández Ruiz (el nombre que nos dio en una hoja que pretendía hacer pasar como una nota) se tornó iracunda, "no queremos tener ningún trato con gente como ustedes, ahora mismo me devuelve las cápsulas y le doy su dinero".

El reportero trató de calmar la situación argumentando que sólo era mensajero y que si no quería dar la factura no importaba, al fin que él no iba a pagar. Ya más tranquila, Lorena explicó que el lugar tenía permiso y estaba registrado ante la delegación, que no había nada irregular. "Los dueños de este lugar son médicos urólogos que saben de esto. Es más, para que yo entrara a trabajar aquí tomé un curso de tres meses. No somos improvisados".

Priapismo, el otro extremo

Por Oswaldo Celaya

El priapismo es una erección prolongada y dolorosa de tipo patológico, no asociada con el deseo sexual, que de no tratarse de manera inmediata puede causar lesiones permanentes en el miembro viril.

En la mayoría de los casos, el priapismo se produce como consecuencia del consumo de fármacos o de cierto tipo de drogas como la cocaína, aunque también puede deberse a un trastorno en la sangre, como coágulos o leucemia.

Normalmente, cuando ya no es necesaria la erección, la sangre que ocupa el tejido eréctil (cuerpos cavernosos) es desalojada del miembro; en el priapismo este procedimiento no se lleva a cabo, pues existen anomalías en los vasos sanguíneos y nervios que participan en la erección, prolongando su duración hasta por varios días.

"¿Padezco disfunción eréctil?"

El siguiente cuestionario, que se basa en el Índice Internacional de la Función Eréctil (IIFE), fue diseñado con el fin de contar con un instrumento diagnóstico abreviado para evaluar la disfunción eréctil. Así, representa una herramienta útil para quien tiene dudas sobre si sufre este padecimiento:

En los últimos 6 meses…

1. ¿Cómo califica su confianza de poder lograr y mantener una erección?

- Sin actividad sexual 0 puntos
- Muy baja 1 punto
- Baja 2 puntos
- Regular 3 puntos
- Alta 4 puntos
- Muy alta 5 puntos

2. Cuando tuvo erecciones con estimulación sexual, ¿con qué frecuencia sus erecciones fueron lo suficientemente duras para realizar la penetración?

- No intentó realizar el acto sexual o coito 0 puntos
- Casi nunca o nunca 1 punto
- Pocas veces (menos de la mitad de las veces) 2 puntos
- Algunas veces (la mitad de las veces) 3 puntos
- Muchas veces (más de la mitad de las veces) 4 puntos
- Casi siempre o siempre 5 puntos

3. Durante el coito, ¿con qué frecuencia fue capaz de mantener la erección después de haber penetrado a su pareja?

- No intentó realizar el coito 0 puntos
- Casi nunca o nunca 1 punto
- Pocas veces (menos de la mitad de las veces) 2 puntos
- Algunas veces (la mitad de las veces) 3 puntos
- Muchas veces (más de la mitad de las veces) 4 puntos
- Casi siempre o siempre 5 puntos

4. Durante el coito, ¿qué tan difícil fue mantener la erección hasta el final del acto sexual?

- No intentó realizar el acto sexual o coito 0 puntos
- Extremadamente difícil 1 punto
- Muy difícil 2 puntos
- Difícil 3 puntos
- Poco Difícil 4 puntos
- Sin dificultad 5 puntos

5. Cuando intentó realizar el acto sexual, ¿qué tan seguido fue satisfactorio para usted?

- No intentó realizar el acto sexual 0 puntos
- Casi nunca o nunca 1 punto
- Pocas veces (menos de la mitad de las veces) 2 puntos
- Algunas veces (la mitad de las veces) 3 puntos
- Muchas veces (más de la mitad de las veces) 4 puntos
- Casi siempre o siempre 5 puntos

Resultado: Si la puntuación es de 21 o menor, el paciente muestra signos de disfunción eréctil.

¿Para el que quiere más?

En el mercado para el placer existen infinidad de productos que prometen mejorar las relaciones sexuales de cualquiera, entre ellos están los llamados suplementos alimenticios que se publicitan como auxiliares para el buen funcionamiento sexual. "Yo diría que ese tipo de productos mejoran la sexualidad exactamente igual que alimentarse sanamente", opina Juan Luis Álvarez-Gayou. Es un hecho que resulta imposible explotar el miembro viril más allá de su capacidad, así que quien piense en convertirse en un amante incansable con la ayuda de algún "producto milagro" está muy equivocado. "Nuestro organismo es muy sabio en materia de sexualidad. Cuando ya existe una fatiga natural porque hubo mucha actividad, simplemente no responde y habrá que esperar algún tiempo, el cual depende de cada persona", añade el doctor Álvarez-Gayou.

Para el psiquiatra, este tipo de productos se aprovechan de que el hombre centra su virilidad, en gran medida, en el desempeño sexual: "queremos ser conquistadores, tener el mayor número de coitos y el mayor número de mujeres para reforzar nuestra masculinidad, en eso se basa la publicidad de estos productos".

Por su parte, el doctor Carlos Pacheco opina que este tipo de suplementos vitamínicos resultan engañosos ya que "dentro de un grupo de personas que no tienen problemas de erección, pero que, como dicen los anuncios, quieren más, el puro efecto placebo provocaría una mejoría, no las sustancias contenidas en el producto".

El efecto placebo

Estos son sólo tres ejemplos de los productos que están ahí, que cualquier interesado en el tema puede encontrar con tan sólo abrir el periódico. Al parecer, el mercado negro de medicamentos contra la DE existe, y de ser así, tal vez genere excelentes ganancias. Es más, gracias al efecto placebo no faltará el crédulo que atestigüe que tales productos realmente funcionan.

Ahora bien, para poder determinar cuál es la eficacia que tiene un medicamento sobre alguna enfermedad, muchos estudios clínicos llevan a cabo una prueba contra placebo, esto es, a dos grupos de pacientes afectados por la misma enfermedad se les suministra un medicamento. A uno de ellos se le da, efectivamente, el fármaco, mientras que al otro se le proporciona una réplica exacta de la pastilla, pero hecha de azúcar. Ahí entra en juego el factor psicológico: arriba de un 20% de los pacientes que consumen azúcar (es decir, nada) sentirán una mejoría sólo por el hecho de pensar que toman un medicamento contra su enfermedad. Ese es el secreto de los "productos milagro", el abuso y manipulación de la fe.

La Cofepris

La Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris) es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Salud, con atribuciones en materia de regulación, control y fomento sanitario. Es decir, su misión es proteger a la población contra riesgos a la salud.

Por todo lo anterior, recurrimos a la Cofepris para obtener mayor información acerca de los productos antes mencionados, y nos informaron que hasta el mes de abril del 2004 se habían otorgado solamente ocho registros sanitarios a medicamentos para la indicación terapéutica "disfunción eréctil", entre los cuales, por supuesto, no fue posible encontrar los que se adquirieron.

Dentro del ámbito de competencia y responsabilidad de Cofepris se encuentra la expedición, prórroga o revocación de autorizaciones sanitarias para medicamentos.

Cabe precisar que el registro sanitario para un medicamento, sólo se expide cuando éste supera rigurosas pruebas de laboratorio y cumple con las especificaciones de las Normas Oficiales Mexicanas, la Ley General de Salud y otras disposiciones legales. Durante este proceso, que en promedio lleva 45 días, la Cofepris certifica dos aspectos fundamentales para proteger la salud humana: eficacia y seguridad. El primero se refiere a que el medicamento funcione para el problema de salud que fue investigado y la certeza de que no provocará reacciones adversas, en tanto que el segundo se enfoca a verificar las buenas prácticas de fabricación del producto.

Asimismo, para que un producto logre su ingreso al mercado mexicano debe contar con licencia sanitaria de laboratorio o de fábrica de medicamentos, registro sanitario y permiso de importación por cada lote a importar, además de que en estos casos se regula la publicidad de los medicamentos.

A pesar de lo anterior, ante la proliferación de estos pseudorremedios contra la disfunción eréctil, es grande el reto que tiene ante sí la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios.

Sea como fuere, debido a la constante aparición de productos contra la disfunción eréctil que no cumplen con las normas y la legislación aplicable, no cabe duda de que la principal arma contra ellos es la información: si cada uno de los hombres que presenta dificultades de erección acudiera con un especialista, estos productos no existirían.

El otro mercado

Hasta la década de los 70, la DE tenía una explicación fundamentalmente psicológica, pero a partir de 1982, cuando se descubrió que es posible inducir una erección sin estimulación sexual mediante la inyección de sustancias vasoactivas en el pene, se iniciaron una serie de estudios que han permitido el desarrollo de medicamentos para superar este padecimiento.

En la actualidad existen varias opciones para tratar la DE, desde medicamentos orales (entre ellos los inhibidores de la fosfodiesterasa 5, que son los más utilizados actualmente), bombas de vacío, medicamentos inyectados (llamados vasoactivos intracavernosos, que se aplican directamente al nivel del cuerpo cavernoso del pene) y las prótesis. Sólo a manera de información complementaria, se mencionan algunos datos sobre los tres medicamentos más conocidos y que figuran en la lista de los ocho registros sanitarios otorgados por la Cofepris.

Sin duda, el medicamento que domina el mercado es el sildenafil, mejor conocido con el nombre comercial de Viagra, de laboratorios Pfizer. Aprobada por la Food and Drug Administration (FDA) en marzo de 1998, la famosa pastilla azul salió al mercado mexicano en mayo del mismo año. Sin duda las ventas de Viagra representan un interesante fenómeno de consumo: con apenas 4 años en el mercado, Viagra se convirtió en el medicamento más vendido en México en julio de 2002, mientras que para el 2003 alcanzó el segundo lugar en ventas, sólo superado por el antibiótico Pentrexil.

En el mundo se venden 9 tabletas de Viagra por segundo. Ricardo Morán Guillaumín, gerente de producto de Viagra, afirmó que durante el 2003 se estimaron ventas por aproximadamente 47 millones de dólares sólo en México. A decir de Pfizer, nuestro país es el sexto consumidor de Viagra, detrás de Estados Unidos, Reino Unido, Francia, España y Brasil.

Por su parte, el protocolo de investigación de vardenafil (Levitra, como se le conoce comercialmente) se presentó en 1997. En mayo del 2003 obtuvo la aprobación de la Secretaría de Salud en México y hasta agosto de ese mismo año el de la FDA en Estados Unidos. La molécula de vardenafil cuenta con un proceso de investigación que tomó más de nueve años. Entre las principales características de Levitra, a decir de sus creadores Bayer y GlaxoSmithKline (quienes lo comercializan en una copromoción), está el que actúa en tan sólo 15 minutos en la mayoría de sus pacientes y que puede tomarse con alimentos y alcohol.

Finalmente, tadalif (su nombre comercial es Cialis) fue lanzado al mercado mexicano apenas el segundo semestre del 2003. De acuerdo con sus creadores, el laboratorio Eli Lilly en unión con ICOS, el medicamento cuenta con más de cien estudios clínicos hechos en el mundo. Según sus fabricantes, la principal virtud de Cialis sobre sus competidores, es que sus efectos "tienen una duración de hasta 36 horas, permitiendo así un encuentro sexual exitoso en el momento adecuado".

Cabe recordar que todos los fármacos orales requieren de la estimulación sexual para surtir efecto. La pastilla no actúa por sí misma provocando la erección al instante. Además, recuerde que es indispensable consultar al médico antes de iniciar cualquier tratamiento contra la DE, pues todos los medicamentos tiene contraindicaciones y reacciones secundarias que podrían resultar fatales en casos de automedicación.

¿Cómo se produce una erección?

Por Oswaldo Celaya

El órgano sexual masculino está constituido por dos cilindros de tejido eréctil, que a su vez contienen muchos vasos sanguíneos. Estos cuerpos cavernosos se llenan de sangre al momento de la excitación sexual, provocando el agrandamiento del miembro.

Al presentarse un estímulo sexual, las arterias llenan de sangre estas estructuras cavernosas, y las venas se encargan de retener el fluido sanguíneo para mantener así la erección. El tiempo de erección varía de persona a persona, y termina al desalojarse la sangre de los cuerpos cavernosos, al presentarse la eyaculación o porque el estímulo cesa.

El médico, su mejor aliado

El tratamiento de la DE requiere una consulta franca y honesta entre el paciente, el médico y, de ser posible, la pareja. El primero debe proporcionar un historial médico, psicológico y sexual; en tanto que el médico debe realizar una evaluación urológica. Lo ideal es acudir, en primera instancia al urólogo, quien, dependiendo de las circunstancias, se apoyará en un sexólogo, nutriólogo, endocrinólogo, etcétera.

Por lo demás, en los últimos años, se ha experimentado un cambio de percepción respecto a los problemas de erección, tanto en los círculos médicos como en los sociales, lo que permite una mayor apertura en la discusión y abordamiento de los problemas derivados de la DE. También ha ayudado la difusión de alternativas de tratamiento (quién se iba a imaginar, que si bien en 1970 el Rey Pelé besaba la copa del mundo de futbol, ahora, en un comercial, dice: "consulte a su médico; yo lo haría") y el conocimiento por parte de la población de las causas del problema (y los riesgos de no tratarla), para que cada día menos hombres sufran en silencio.

Fuentes Entrevistas con el urólogo Carlos Pacheco Gahbler, ex presidente de la Sociedad Mexicana de Urología; con el médico especialista en psiquiatría Juan Luis Álvarez-Gayou Jurgenson, director general del Instituto Mexicano de Sexología, A. C. y con Diego Ayala, Regional Marketing Manager de Pfizer, S. A. de C. V. • Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios (Cofepris), Secretaría de Salud • Laboratorio GlaxoSmithKline • Laboratorio Elly Lilly • Fernando Ugarte y Romano y Javier Barroso Aguirre, "Prevalencia de disfunción eréctil en México y factores de riesgo asociados" en Revista Mexicana de Urología (marzo-abril, 2001) • www.reforma.com • Investigación de mercado

En sus manos está el poder de elegir y consumir mejor

Ley Federal de Protección al Consumidor

Más y mejor protección para todos

Con la reforma integral a la Ley Federal de Protección al Consumidor, usted tiene más poder.

¡Profeco lo respalda!

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

¿Recuperar la potencia perdida?

Por Inés Marrón G.

Foto Archivo

Que el sexo está sobrevalorado en nuestros días no es un secreto. Tal vez no el sexo en sí mismo, sino sustitutos mal disfrazados (y menos satisfactorios) del acto sexual: están ahí, en la calle, anunciándonos cualquier cosa, desde coches hasta lociones y desodorantes. Es decir: el sexo tiene un alto valor comercial y se utiliza como la motivación para vendernos productos que no tienen nada que ver con la actividad sexual.

La encuesta Durex de sexualidad –un esfuerzo anual de investigación que realiza la compañía fabricante de condones– indicó, en los resultados de hace algunos años, cuando todavía México aparecía en sus listas, que los mexicanos tenemos un promedio muy bajo de relaciones sexuales al año. Apenas una a la semana, muy por debajo de la media. Esta baja incidencia de relaciones sexuales es un fenómeno multidimensional, determinado por factores de diversa índole. Aparentemente, vivimos en un país que se entrega con mayor facilidad a pasiones menos carnales. Por eso llama la atención el surgimiento de campañas para anunciar productos que están, ahora sí, estrechamente ligados al sexo.

Los productos que prometen la cura de la disfunción eréctil tienen poco tiempo en el mercado. Hasta hace unos años, en países como el nuestro, se trataba el problema –cuando llegaba a tratarse– con brujería y muchos buenos deseos. Ahora, sin embargo, las cosas han cambiado. El estudio "Prevalencia de disfunción eréctil en México y factores de riesgo asociados" publicado en la Revista Mexicana de Urología (marzo-abril, 2001), señala que en México el 55% de los adultos padecen algún grado de disfunción eréctil.

El conflicto está rodeado de secretismo; todavía hay poca libertad y tolerancia como para que se hable del asunto sin temor y con franqueza o para que se defina claramente a qué se refiere la frase "disfunción eréctil". Tampoco se menciona que es algo, hasta cierto punto, normal. En todo caso, publicistas y empresas farmacéuticas de Viagra, Cialis y Levitra han empezado campañas dirigidas a un blanco más que fácil.

Los tres medicamentos funcionan prácticamente de la misma manera: relajan los vasos sanguíneos del pene, esto permite que la sangre llene los conductos necesarios para que exista una erección completa. El tiempo promedio de absorción varía entre 20 y 40 minutos y el efecto dura entre 4 y 36 horas (al parecer, Cialis es el medicamento de acción más prolongada). ¿Cómo anunciar algo así en un país como el nuestro?

Virilidad, pasión y algo más...

Bien, el primero en llegar a México y en anunciarse fue el famosísimo Viagra, del gigante farmacéutico Pfizer. En un momento de genialidad, los publicistas contrataron a Pelé, todavía un ídolo, para que fuera el portavoz de la marca. Los comerciales están muy bien cuidados y filmados. Cuentan historias de amor, de complicidad y, especialmente, de satisfacción. Pero se trata de una satisfacción no meramente sexual, sino de una más emocional. Por si fuera poco, se ayudan de la figura del veterano ex futbolista para decirle a su audiencia que la disfunción eréctil es algo que a cualquiera puede pasarle. De esta manera, la marca se asegura la fidelidad de quienes asocian los problemas de disfunción eréctil con la falta de virilidad: ¿quién más viril y, a la vez, entrañable que Pelé? En la mente de los consumidores probablemente flote la idea de que, si el gigante del futbol lo dice, por algo será.

Por lo contrario, la apuesta de Levitra (de Bayer y GlaxoSmithKline) se dirige a una imagen más convencional (en términos comerciales) de la sexualidad. Su lema ha sido "Enciende la llama de la pasión". Un cerillo encendiéndose basta para llevar a la mente un cúmulo de analogías más bien trilladas y no muy sutiles. El blanco de esta campaña es un público más deseoso de practicar tan sólo una idea publicitaria del sexo que algo más cercano a la realidad.

Por su parte, Cialis (de Lilly Icos) ha relacionado los problemas de disfunción eréctil con problemas de pareja. Si no hay relaciones sexuales la insatisfacción será, sugieren sus anuncios, un asunto de dos. En cambio, cuando hay sexo, los dos ganan y vivirán más plenos. Los anuncios son historias domésticas que apelan a la necesidad de una convivencia feliz y armónica. Un hombre canta en la regadera, dibuja un corazón en el vaho, mientras una mujer entra al baño cargando toallas perfectamente dobladas y sonríe –algo hay en su memoria que dispara esa sonrisita– con plenitud.

Secreto a voces

Aunque son diferentes y tratan de azuzar a su público desde distintos ángulos, los comerciales de estos tres productos comparten una cosa fundamental: ninguno menciona la marca ni la razón por la que se debe tomar un medicamento semejante. En México, por ley, está prohibido mencionar en publicidad el nombre de medicamentos de prescripción. Tampoco se puede decir su indicación ("impotencia", en este caso). Así que los anunciantes tuvieron que vérselas con eso y acudir a la sugerencia: en cuestión de segundos, todos los anuncios obligan al espectador a imaginar de qué se está hablando, a asociar eso con su propia vida y a encontrar una ventana abierta a posibles soluciones. En este sentido, los anuncios son muy exitosos.

El caso de Viagra es excepcional, además, porque convierte en fenómeno algo que se mantuvo en secreto durante siglos. Pelé (es difícil pensar en otra figura pública, que no temiera empañar su posición política o religiosa, más admirable y asequible) termina su discurso en un estadio de futbol "lleno hasta el tope". ¿Qué más apertura se puede pedir? La consideración, por otro lado, de la felicidad de la pareja (eso sí: estrictamente heterosexual), habla de un pensamiento comercial menos básico, más humano.

Pero los anuncios pecan de omisión. La disfunción eréctil no es, necesariamente, impotencia. Además, en todos los casos, los problemas de erección no tienen únicamente causas fisiológicas. Por si fuera poco, los anuncios apelan –aunque sea con sutileza– a relaciones sexuales románticas o apasionadas y puede quedar en la mente del espectador un regusto extraño: ¿Acaso son estas medicinas un producto afrodisiaco? ¿Excitarán? ¿Renovarán el deseo? No, por supuesto. El pene se llenará de sangre sólo si hay un estímulo externo (psicológico, emocional, físico) que lleve al hombre a la excitación. Por último, la ingesta de cualquiera de estos medicamentos no resolverá conflictos de pareja (culpables, muchas veces, de los problemas de erección), ni obrará mágicamente en la calidad de las relaciones sexuales.

¿A qué se debe que la orientación de los anuncios se dirija a una promesa de felicidad, tranquilidad y satisfacción? Probablemente a que tienen (tan sólo en México) un mercado con valor superior a los 70 millones de dólares, que crece a razón de 20% anual. Nada mal para empezar. Las compañías no se han atrevido a acompañar sus anuncios con campañas informativas para sus consumidores. Tal vez porque los consumidores preferimos creer sólo en fantasías.

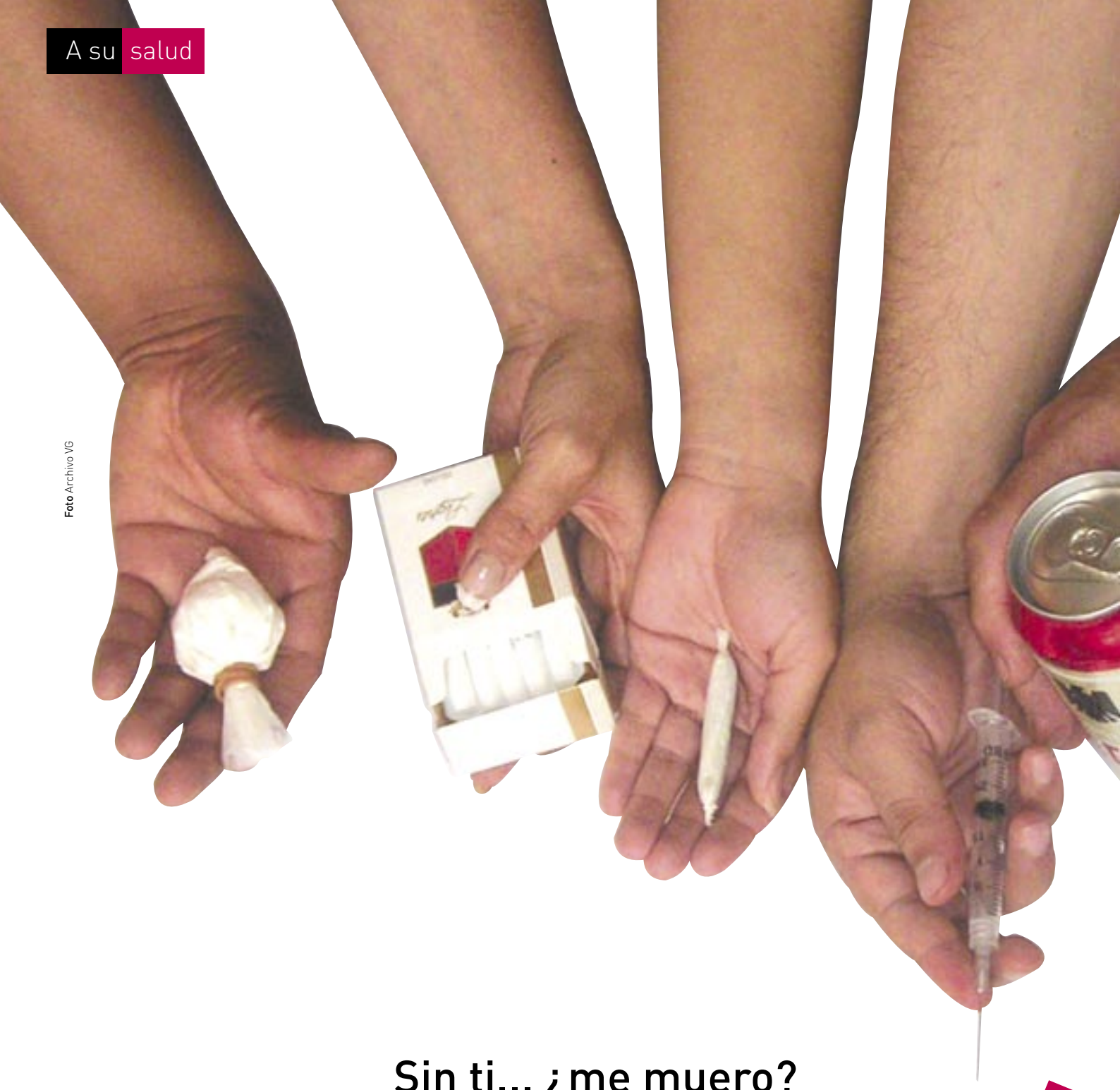


Foto Archivo VG

Sin ti... ¿me muero?

Adicción

es

Este 26 de junio se celebra el Día Mundial Contra las Adicciones. Por tanto, es necesario reflexionar sobre las mismas, qué son, cuáles son sus consecuencias y, sobre todo, que no sólo se refieren a las drogas ilegales o a determinados fármacos, sino a las drogas "autorizadas" –como el tabaco y el alcohol– que anualmente cobran muchas más víctimas y se han convertido en un gravísimo problema de salud.

Por Julieta Arévalo

El gozo inmediato que generan muchas sustancias al ser ingeridas causa, en ciertos individuos, una fascinación especial. Para ellos, la droga se convierte pronto en un reemplazo vigoroso: tratan de llenar con ella un vacío difícil de identificar. Un día, la puerta que abrieron se convierte también en la entrada a un infierno personal y familiar del que la mayoría no logra salir jamás. El consumo desmedido amenaza la vida productiva de estas personas, afecta sus relaciones sociales y de pareja, y deteriora su salud rápidamente.

Pero, ¿qué vacío trata de llenar el ser humano al consumir compulsivamente este tipo de sustancias? ¿Es la adicción una enfermedad en sí, o es sólo el síntoma más visible de una enfermedad oculta y acechante? A continuación se intenta dar algunas respuestas a estas cuestiones.

Qué es una adicción

El Consejo Nacional contra las Adicciones (Conadic) define la adicción como un "estado psicofísico provocado por la interacción de un organismo vivo con una droga, que se caracteriza por cambios en el comportamiento y otras reacciones que incluyen siempre un impulso irreprimible por consumir el fármaco de manera continua o periódica, con el fin de experimentar sus efectos psíquicos y en ocasiones

Las drogas y sus efectos

Foto Juan José Morín

Droga	Posibles efectos en la salud
Alcohol. Produce relajación, desinhibición y euforia.	Trastornos digestivos, cirrosis hepática, deterioro de las funciones mentales. El síndrome de abstinencia puede provocar severos episodios de alucinación con presencia de delirios paranoides.
Tabaco. Puede provocar o disminuir la ansiedad, dependiendo del grado de adicción. Pérdida del apetito, ligera estimulación placentera.	Aparecen después de los 35 años de edad, e incluyen padecimientos como neoplasias, arteriosclerosis, afecciones respiratorias crónicas y enfermedades cardiovasculares y cerebrovasculares.
Cocaína. Genera euforia, sensación de seguridad personal, desinhibición, resistencia física. Las dosis altas pueden ocasionar alucinaciones, paranoia y agresividad.	Disminución de la capacidad de concentración y de la memoria, dolores de cabeza, infarto cerebral, arritmia cardiaca, infarto al corazón, dificultad para respirar, perforación del tabique nasal.
Mariguana. Provoca pérdida de la memoria a corto plazo, relajación, intensificación del estado de ánimo latente, deseo sexual, disminución del dolor, sueño.	Contiene algunas sustancias químicas sumamente cancerígenas y afecta determinadas funciones cerebrales, como la memoria, mientras se utiliza.
Heroína. Produce euforia, sensación de bienestar, intenso placer, falta de sensibilidad al dolor, pérdida de la noción de espacio-tiempo.	Puede ocasionar obstrucción intestinal; una sobredosis conduce al paro respiratorio, el coma y la muerte. Es altamente adictiva, tanto física como emocionalmente. Su consumo sin medidas de higiene apropiadas a menudo ocasiona transmisión de hepatitis, VIH y otras enfermedades mortales.
MDMA (éxtasis). Produce hipersensibilidad, euforia, aumento del ritmo cardiaco, una gran sensación de bienestar; el efecto más característico es la empatía y las sensaciones amorosas por el entorno y por quienes rodean al consumidor.	Náuseas, vómitos, temblores, hiperactividad motora, escalofríos y deshidratación severa; pueden experimentarse problemas cardiacos o una insuficiencia renal aguda, que podrían provocar la muerte.
Inhalables. Generan euforia, sociabilidad, alucinaciones, pérdida del apetito.	Depresión con confusión, alteraciones en la visión, pérdida de autocontrol e incluso alteraciones del estado de conciencia, convulsiones, estupor y coma; en ocasiones se puede presentar deficiencias cardiacas y daños cerebrales irreversibles.

para evitar el malestar que se presenta si no se consume".

En general, la mayor parte de las definiciones coinciden con ésta. El adicto es un sujeto que ha perdido el control sobre el consumo. A menudo, quien ha caído presa de las adicciones descuida pronto las otras áreas de su vida: el trabajo, la pareja, la escuela, la familia. Otras veces, el adicto es capaz de llevar una vida funcional, pero que siempre gira alrededor de su adicción.

La mayor parte de los especialistas en temas de salud coinciden en que la adicción es una enfermedad, quizá una que surge a la vez como la punta de un iceberg cuya parte oculta (la emocional) permanece latente. Pero cuando los síntomas serios de la adicción se presentan, el primer paso para atenderlos es reconocer que el adicto está enfermo.

Poco a poco la sociedad avanza en la comprensión del tema, sin embargo, mucha gente insiste en tratar al adicto como si fuera un delincuente o un vago. Los juicios morales se imponen sobre los criterios de salud pública y, en ocasiones, el adicto sufre discriminación y malos tratos, pues persiste la idea de que "él se lo buscó".

Sea como fuere, definitivamente las drogas que más estragos provocan en materia de salud son las que no están penalizadas: el alcohol y el tabaco que, en conjunto, ocasionan la muerte de cerca del 8% de las personas en el mundo; el resto de las drogas mata solamente a más o menos el 0.2%.

Ahora bien, la muerte no es la única consecuencia posible del abuso de sustancias. Los hospitales psiquiátricos reciben anualmente a miles de enfermos que padecen adicciones. Además, los numerosos problemas sociales vinculados a los ambientes clandestinos en que circulan las drogas ilegales arrojan también toda clase de víctimas.

Así, los daños paralelos ocasionados por las drogas ilegales no se pueden calcular fielmente, pues los consumidores se mantienen aislados y en un anonimato receloso que los hace poco accesibles para las estadísticas o para los estudios de salud que requieren de seguimientos largos y minuciosos.

Foto Archivo

Las causas

La conducta adictiva, en general, parece presentarse como un fenómeno multifactorial, es decir, que está compuesto por elementos muy diversos. Por mucho tiempo se ha estudiado el factor social; las relaciones familiares, por un lado, y la presión que sobre los individuos ejerce la maquinaria de la sociedad. También está el factor hereditario: por ejemplo, los hijos de padres alcohólicos tienen una enorme propensión a padecer el alcoholismo. Sin embargo, no se sabe de qué naturaleza es dicha herencia, si biológica, genética, educativa o una mezcla de las tres.

El factor psicológico es, probablemente, el más difícil de evaluar, y el que, por lo tanto, se conoce con menos claridad. Algunos estudios psicoanalíticos, por ejemplo, postulan que el adicto es un sujeto terriblemente inmerso en sí mismo (narcisista) e inmaduro, ya que sus emociones no evolucionaron gran cosa desde que era un niño pequeño. Así, su comportamiento infantil es recurrente cuando está ebrio o cuando sufre los efectos de una droga ilegal.

Para algunos psicólogos y especialistas, como el doctor Ricardo Sánchez Huesca, director de Investigación y Enseñanza de los Centros de Integración Juvenil (CIJ), hay algunas características psicológicas comunes en la mayoría de los adictos: depresión, baja autoestima, poca tolerancia a la frustración, angustia (y baja capacidad de lidiar con ella), pensamientos obsesivos que se traducen en conductas compulsivas, y otras más.

En términos conductuales (la manera en la que una persona responde a una situación), la adicción se produce cuando un sujeto que ha probado sustancias psicoactivas (las que ejercen una acción sobre la mente del individuo) comienza a presentar tolerancia a ellas y, después, síndrome de abstinencia, es decir, el estado durante el cual el adicto siente una gran necesidad de volver a sentirse estimulado por un agente exterior y, además, siente malestar emocional o físico si no se suministra una nueva dosis.

Es común en los adictos la sensación de que jamás es suficiente. No importa cuánta droga se ingiera, la sensación de placer no es tan intensa como en las primeras veces y la necesidad de consumir no se elimina consumiendo. De esta manera, el adicto puede pasar días enteros dedicado al consumo de las sustancias de las que depende. Además, la tolerancia se incrementa conforme la adicción avanza. Es decir, cada vez el adicto necesita una dosis mayor para sentir los efectos placenteros de la droga, y dicha tolerancia no desaparece aunque el adicto deje de consumir la sustancia durante mucho tiempo.

El síndrome de abstinencia puede atenuarse o incluso desaparecer si la sustancia ingerida no ocasiona adicción física, pero cuando se trata de drogas como la heroína, que produce una potente adicción a nivel fisiológico, el síndrome de abstinencia pude ser incluso mortal. Una vez que se es adicto a esta sustancia,

Líneas de ayuda

Centros de Integración Juvenil (CIJ)	Sistema de apoyo psicológico por teléfono (Saptel)	Procuraduría General de la República (PGR)	Consejo Nacional contra las Adicciones (Conadic)
Orientación y canalización de problemas de adicciones. Información sobre tratamientos, rehabilitación, prevención e investigación sobre alcoholismo, tabaquismo y farmacodependencia. Servicio confidencial, las 24 horas todos los días del año. Teléfono: 01 (55) 5212-1212. www.cij.gob.mx	Este servicio de la Cruz Roja Mexicana cuenta con el apoyo del Conadic y ofrece soporte psicológico, intervención en crisis, asesoría y consejería a personas con trastornos mentales y derivados de casos de farmacodependencia. Opera todo el año las 24 horas del día. Teléfono: 01-800-472-7835.	La Dirección General de Prevención del Delito y Servicios a la Comunidad brinda información sobre problemas relacionados con el uso indebido y el tráfico ilícito de drogas. Teléfono: 01-800-707-0100.	Orientación y canalización de problemas relacionados con las adicciones. Servicio confidencial, las 24 horas todos los días del año. Teléfono: 01-800-911-2000. www.conadic.gob.mx

Las adicciones en México

Desde hace algunos años se realiza en México un intento muy valioso por analizar estadísticamente el consumo de sustancias adictivas. La Encuesta Nacional de Adicciones (ENA-2002), elaborada en conjunto por la Secretaría de Salud y el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), es el último estudio con que se cuenta para saber cuántas personas consumen qué tipo de drogas y con qué frecuencia.

Foto Archivo

Alcohol. Entre los resultados que la ENA-2002 arrojó respecto al consumo de alcohol, encontramos que 32 millones de personas, de entre 12 y 65 años de edad de ambos sexos, consumen alcohol en México. Los varones de entre 30 y 39 años y las mujeres de entre 40 y 49 años reportaron el mayor consumo de alcohol.

Entre los adultos urbanos el patrón más usual de consumo es el moderado alto (cinco o más copas por ocasión), y le sigue el consuetudinario (de cinco copas o más al menos una vez por semana).

Un dato alarmante es que cerca del 25% de los adolescentes del país consumió al menos una copa completa en el año previo a la encuesta. El porcentaje se incrementa en diez puntos si se considera sólo a los habitantes urbanos de sexo masculino, de los cuales el 10.5% consume altas cantidades de alcohol (cinco o más copas por ocasión de consumo).

Foto Archivo VG

Tabaco. La ENA-2002 reporta que 27.7% de las personas entre 12 y 65 años de edad son fumadoras. La edad promedio de inicio de consumo es de 13 años y se muestra una tendencia a la baja, es decir, los adolescentes empiezan a fumar cada vez más jóvenes. Cabe resaltar que más de 42 mil adultos mueren en México cada año por padecimientos asociados al consumo de tabaco (el 11.6% de todas las muertes de mayores de 35 años).

Foto Archivo

Drogas ilegales. Para evaluar el consumo de drogas se tomaron en cuenta diez tipos de sustancias: mariguana, cocaína y otros derivados de la hoja de coca, inhalables, alucinógenos, heroína, estimulantes de tipo anfetamínico, drogas con utilidad médica utilizadas fuera de prescripción (opiáceos, tranquilizantes, estimulantes y sedantes). Los resultados indican que el 5.03% de los mexicanos de entre 12 y 65 años ha probado drogas alguna vez en la vida, el 1.31% lo hizo en los últimos doce meses y el 0.82%, en el mes previo al levantamiento de la encuesta.

En el norte del país se localiza la proporción más alta de consumidores de drogas, le sigue la zona centro y, finalmente, el sur de la República. En cuanto a la distribución del consumo por sexo, la proporción es de cuatro hombres por cada mujer. Las edades más propensas al consumo son las comprendidas entre los 18 y los 34 años de edad.

La droga que más se consume es la mariguana (también es la principal en iniciación), le siguen la cocaína, los inhalables, los alucinógenos, los estimulantes de tipo anfetamínico y, por último, la heroína.

no importa cuánto tiempo se le deje de consumir, bastará una nueva dosis para que el individuo vuelva a presentar el síndrome de abstinencia.

Cómo y dónde se tratan

La adicción a las drogas es un problema grave para miles de adictos y para sus familias, aunque en términos estrictamente estadísticos aún no lo sea en nuestro país. Por fortuna, además de las clínicas privadas de rehabilitación para farmacodependientes (algunas de ellas extraordinariamente caras), existen los Centros de Integración Juvenil (CIJ) y muchos grupos de ayuda como Alcohólicos Anónimos, además de la atención médica que se brinda a farmacodependientes en las clínicas y hospitales de especialidades de todo el país.

Centros de Integración Juvenil

En 1969, un grupo de mujeres solicitó apoyo gubernamental y pronto pudo fundar el primer Centro de Integración Juvenil (CIJ) en la Ciudad de México. En la actualidad, los CIJ son financiados parcialmente por el Gobierno Federal y una parte importante de sus ingresos provienen de donativos.

La función de los CIJ es triple: prevención, tratamiento e investigación en adicciones. Un equipo de 1,500 profesionales (médicos generales, psiquiatras, psicólogos, trabajadores sociales, enfermeras) se reparte entre los 80 centros que hay en toda la República (20 de ellos, ubicados en el área metropolitana del Distrito Federal) para brindar servicios de atención médica y psicológica, así como de investigación científica.

Alrededor de 17 mil pacientes acuden a los CIJ anualmente. La Dirección de Investigación y Enseñanza levanta encuestas entre estos pacientes para determinar sus características sociodemográficas. Por ejemplo, sabemos que "en la mayor parte de nuestros pacientes hay antecedentes de abuso de alcohol por parte del padre", afirma el doctor Sánchez Huesca.

En promedio, los pacientes inician el consumo de drogas a los 15 años; el lapso transcurrido entre el primer contacto con la droga y el inicio del tratamiento

por adicción es, aproximadamente, de ocho años. La droga que más estragos produce (porque afecta la salud o las áreas laboral, familiar y legal) ha resultado ser la cocaína, seguida por la mariguana, los solventes y el alcohol.

Para el tratamiento de los adictos, en los CIJ se interviene con terapia psicológica individual, grupal y familiar, principalmente. También se ha implementado el uso de la acupuntura, que sirve para bajar de manera casi inmediata los niveles de ansiedad de los enfermos, por lo que se facilita que éstos no abandonen su tratamiento prematuramente.

A excepción de sus tres centros de internamiento (Guadalajara, Monterrey y Tijuana, donde se trabaja principalmente con adictos a la heroína y a otras sustancias), los CIJ brindan atención sólo durante el día y básicamente de consulta externa, pero ya se está trabajando en un nuevo modelo (que por ahora sólo funciona en el Centro de Azcapotzalco de la Ciudad de México), y que consiste en atender a los enfermos durante todo el día, los siete días de la semana. En este lugar se realizan actividades productivas, educativas, deportivas y de diversas índoles para acompañar el proceso de rehabilitación e impedir que el adicto recaiga con facilidad.

A todos los CIJ se llega de manera voluntaria y para recibir los servicios que proporcionan bastan el deseo de dejar las drogas y una moderada cuota de recuperación.

Alcohólicos Anónimos

Sin duda, uno de los modelos de ayuda contra la adicción que más éxito mundial han cosechado es Alcohólicos Anónimos (AA). Fundado en 1935 por un ex corredor de bolsa de Nueva York, conocido como Hill W., este grupo cuenta ya con más de dos millones de miembros en 150 países de todos los continentes. Su modelo de recuperación se basa en un programa de doce pasos, entre los que se incluyen: rendirse ante el alcohol (aceptar que se ha perdido el control), pedir la ayuda de un Ser superior (cualquiera que sea la creencia personal), hacer un examen de conciencia, intentar reparar los daños ocasionados a otras personas y

Foto Archivo

ayudar a otros alcohólicos a mantenerse sobrios.

Alcohólicos Anónimos no acepta contribuciones económicas de personas que no sean miembros; es una organización apolítica, no participa en polémicas públicas y no persigue fines de lucro. Existen grupos de AA en todo el territorio nacional; para localizar el más cercano basta consultar un directorio telefónico.

Prevención, el mejor camino

Como hemos visto, el problema del consumo de alcohol y tabaco en nuestro país es bastante grave: la quinta causa de muerte en México es la cirrosis hepática y este padecimiento a menudo está asociado con el alcoholismo; además, los distintos tipos de cáncer provocados por fumar son también inquietantes. Entre las drogas ilegales, preocupa el incremento en el consumo de cocaína, la aparición (hasta hace algunos años sumamente marginal) de consumidores de heroína, la utilización de tranquilizantes de uso médico y el consumo de MDMA (éxtasis) entre los jóvenes.

Sin duda la mejor forma de estar protegidos contra las adicciones es prevenirlas. Según algunas estadísticas que nos muestran los perfiles sociodemográficos de los adictos, se pueden observar patrones, características comunes en la mayoría de casos. Es posible tener precauciones especiales identificando esos factores en los miembros de nuestra familia o en nosotros mismos, a saber:

- Antecedentes de alcoholismo o farmacodependencia en el padre.
- Tendencia a la depresión.
- No asistir a la escuela (en jóvenes), y
- Haber sufrido abuso sexual o violencia intrafamiliar, entre otros.

Para evaluar la tendencia a caer en las adicciones que usted o alguna persona cercana pueda tener, sólo basta con contestar estas preguntas:

- ¿Consume alcohol u otra sustancia psicoactiva como salida recurrente a episodios de frustración (problemas en el trabajo, económicos, interpersonales, familiares, de pareja)?
- ¿Usa algún tipo de sustancia cada vez que se siente o se quiere sentir alegre?
- ¿Su consumo se hace cada vez más frecuente?
- ¿Ha desarrollado tolerancia a las sustancias que consume?
- ¿Algunos campos de su vida se han visto afectados por su manera de ingerir determinada sustancia?

La respuesta positiva a cualquiera de estas preguntas podría significar que es necesario hacer un profundo examen de conciencia y, dependiendo del caso, buscar ayuda profesional.

Como se mencionó en un principio, es muy probable que las adicciones sean la consecuencia de un problema emocional profundo: una forma de decirlo es que el adicto trata de llenar con alcohol y otras drogas un vacío o una carencia emocional. Sea cual fuere la causa de la enfermedad, el adicto a menudo tiende a la depresión, la angustia, la falta de tolerancia a la frustración y a las conductas compulsivas. Si usted o sus seres queridos identifican en su comportamiento estos elementos, quizá sea hora de consultar a un psicólogo. Mejor prevenir que lamentar.

Fuentes Entrevista con el doctor Ricardo Sánchez Huesca, director de Investigación y Enseñanza de los Centros de Integración Juvenil (CIJ) • Consejo Nacional contra las Adicciones (Conadic) • Secretaría de Salud (SSA) • **Encuesta Nacional de Adicciones** (ENA-2002) • **Global Ilicit Drug Trends, 2003**, Organización de las Naciones Unidas • Ortiz, A., "Aspectos psicológicos de la adicción" en **Las adicciones en México: Hacia un enfoque multidisciplinario**, Conadic y SSA, México, 1992 • Villaseñor, S., y Díaz, A., "El alcohólico y sus rasgos de personalidad" en **Revista del Residente de Psiquiatría**, México, 1994

El maíz ocupa un lugar importante en la medicina tradicional. Por ejemplo, los curanderos obtienen sus diagnósticos "tirando el maíz": por la forma en que caen los granos en el piso o en una manta blanca (símbolo del plano horizontal del universo) saben cuántas partes del alma del enfermo se han perdido.

Cabellitos de elote

(Zea mays L.)

Por Alejandra Sánchez Plascencia

Foto Archivo

La planta de maíz es nativa de México, sin embargo, actualmente se cultiva en casi todas las regiones cálidas y templadas del mundo. Esta especie tiene diversos usos: se utiliza como forraje y leña, para la construcción y elaborar artesanías, en los rituales y, desde luego, como alimento. En cuanto a sus aplicaciones medicinales se emplea para tratar la inflamación y los cálculos de la vejiga, retención de orina y obstrucción renal, entre otros males llamados "de orín". También se usa para combatir el dolor y los "calores" del estómago, estreñimiento, pujo, vómito, cólicos menstruales, disentería y reumas.

Los "cabellitos" de elote

Para los problemas renales se usan principalmente los estilos del elote, es decir, los cabellitos de elote: con 10 gramos y un litro de agua se prepara una infusión que se debe tomar como agua de tiempo (sin azúcar).

Para el "calor" en el estómago se deja reposar la infusión y se ingiere las veces que sea necesario. Hervidos, solos o con granos de sal, los cabellitos también se emplean como agua de tiempo en caso de inflamación de los riñones, cólicos menstruales y hepatitis. Para la disentería con hemorragia, se recomienda tomar dicha infusión, agregándole el jugo de un limón, en ayunas durante tres días. El té de cabellitos de elote disminuye y, en algunos casos, desaparece los dolores reumáticos.

También se utilizan en regímenes para adelgazar; para ello se prepara una infusión con 5 gramos de cabellitos y una taza de agua, la cual se debe tomar en días alternos. Combinados con otras plantas se usan para contrarrestar males hepáticos y biliares y aumentar la secreción de leche materna.

Hervida, la espiga masculina del maíz o espiga de milpa (las flores de la parte superior de la planta) se utiliza en temazcal para baños postparto.

Para fortalecer a personas convalecientes se acostumbra ofrecerles un atole preparado con masa de maíz de nixtamal (hervido con cal, que es hidróxido de calcio). El almidón de maíz (maicena) se aplica a los bebés en el área del pañal para evitarles rozaduras e irritación en la piel.

En pruebas de laboratorio se ha comprobado la propiedad diurética de los cabellitos de elote (promueve la formación y excreción de orina), así como sus efectos como hipotensor (reduce la presión arterial), hipoglucémico (disminuye los niveles de glucosa en sangre), antitumoral y antibacteriano.

Para mayor información...

- Aguilar, A., J. R. Camacho, S. Chino, P. Jacques y Ma. E. López, *Plantas medicinales del Herbario IMSS, Cuadros básicos por aparatos y sistemas del cuerpo humano*, Instituto Mexicano del Seguro Social, México, 1996.
- Argueta Villamar, Arturo (coord.), *Atlas de las plantas de la medicina tradicional mexicana*, Instituto Nacional Indigenista, México, 1994.
- Barros, C. y M. Buenrostro, "El maíz, nuestro sustento", en *Arqueología mexicana*, vol. 5, núm. 25, mayo-junio 1997.
- Brüssel J. y A. Floripe A., ISNAYA, *Manual de plantas medicinales para el promotor de Medicina Preventiva y Salud Comunitaria*, Centro Nacional de Medicina Popular Tradicional, Estelí, Nicaragua, 1992.
- INEGI, *Catálogo herbario*, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, 3 vol., México, 1995.
- Kuklinski, C., *Farmacognosia. Estudio de las drogas y sustancias medicamentosas de origen natural*, Omega, Barcelona, 2000.
- Martínez, Maximino, *Las plantas medicinales de México*, Editorial Botas, México, 1959.
- Vólak, J. y J. Stodola, *El gran libro de las plantas medicinales*, Susaeta, España, 1995.

Importante

Se debe insistir en que aun cuando los estudios avalan los efectos terapéuticos mencionados, las plantas medicinales deben consumirse bajo vigilancia de un médico con conocimientos de medicina tradicional.

Planta anual, herbácea, de 2 a 4 metros de altura. Las flores masculinas tienen una vistosa panoja terminal (inflorescencia) muy amplia. Las flores femeninas arregladas en espigas (elotes), crecen en la base de las hojas localizadas más o menos a la mitad del tallo, envueltas en varias brácteas conocidas como *totomoxtle* (hojas para tamal), de las que sobresalen gran cantidad de estilos (cabellitos o pelos de elote) a manera de barbas.

Foto Juan José Morín

Fuentes Colaboración de las biólogas Marina Villegas y de Gante, jefa del Laboratorio de Etnobiología y Etnobotánica, María Eugenia Ordorica Vargas y Delfina Ramos Zamora, de la Escuela Nacional de Ciencias Biológicas del Instituto Politécnico Nacional.

Arroz Waldorf

Información **nutrimental**

Este platillo sabio vegetariano le proporciona una buena combinación de nutrimentos, y a pesar de que su contenido de grasa se encuentra en el límite más alto, dentro de un rango recomendable, su aporte de colesterol es muy bajo, por lo que resulta un platillo aún más saludable. Sin embargo, procure limitar el consumo de otros alimentos altos en grasa para no rebasar la ingesta recomendada. Recuerde que las grasas poliinsaturadas contenidas en las nueces (tipo Omega 6) son necesarias para la dieta, además de que algunos estudios sugieren que junto con las grasas Omega 3 pueden ayudar a reducir el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares y ciertos tipos de cáncer.

El arroz

Es uno de los cereales cultivados más antiguos en el mundo. Una vez cosechado, el arroz se descascarilla y se pule hasta que queda blanco. El arroz integral es aquel que no se pule, sin embargo, **su composición nutrimental es más rica** y su **contenido de fibra dietética es mayor;** presenta una textura menos suave que el arroz blanco.

Para **conservarlo** mejor

El arroz crudo se puede almacenar durante periodos prolongados sin que se alteren sus características nutrimentales o de sabor, siempre y cuando se mantenga en un lugar fresco y seco, ya sea en un recipiente cerrado o en su empaque original. Una vez cocido se debe guardar en un recipiente herméticamente cerrado y en el refrigerador.

Cómo comprar **arroz**

Verifique que el empaque no contenga humedad ni basura, y que los granos estén enteros (el arroz quebrado es de menor calidad).

Arroz: fácil y versátil

Este cereal es un alimento de fácil digestión, rico en proteínas y energía. Contiene vitaminas del complejo B y minerales como hierro, calcio y potasio. También es sumamente versátil, pues por su sabor neutro se puede combinar con toda clase de vegetales, carnes, pescados, salsas e incluso sabores dulces.

La manzana

¿Fruto prohibido?

La manzana es una fruta **rica en azúcares**, entre los que destaca la fructosa. Este tipo de azúcar, que se digiere más lentamente, ayuda a regular las concentraciones de glucosa en la sangre después de las comidas, lo cual resulta beneficioso para las personas con diabetes. Esta fruta también aporta **fósforo**, **potasio**, **hierro** y **vitamina C**.

Sana con todo y cáscara

La manzana es rica en fibras dietéticas, como celulosa, hemicelulosa y pectinas. Las dos primeras son fibras insolubles que al absorber agua estimulan el movimiento intestinal, evitando el estreñimiento. Por su parte, las pectinas son un tipo de fibra soluble que tiene la propiedad de diluirse en agua y formar geles, a los que se les unen moléculas de colesterol y ácidos biliares, que el organismo elimina.

Por aroma y por sabor

La manzana tiene un sabor agradable y fresco que invita a comerla cruda, o bien, preparada en ensalada, cóctel, jugo o como ingrediente principal de postres. La industria de los alimentos elabora diversas bebidas de manzana, como sidra, refrescos, jugos, néctares, además de conservas en almíbar y puré. Y cómo olvidar las tradicionales manzanas cubiertas de caramelo rojo elaboradas artesanalmente.

Cómo comprar manzanas

Las de piel lisa y brillante, sin manchas oscuras ni blanquecinas o magulladas (que indican descomposición) son las mejores. Para conservarlas deben mantenerse a temperatura ambiente en un lugar fresco y seco, lejos de las corrientes de aire. La pulpa de las manzanas de cáscara verde o amarilla se mantiene blanca durante más tiempo que las de cáscara roja.

Apio

El apio, tanto crudo como cocido, es una hortaliza de sabor muy intenso. Del apio se consume todo el tallo, ya sea picado o en tiras. Aunque cada 100 g de porción comestible contienen sólo 19 kilocalorías, tiene cantidades apreciables de vitaminas como ácido fólico y minerales, como hierro, potasio, calcio y fósforo. Además, es una fuente importante de fibra dietética.

Cómo comprar apio

Prefiera los de color verde intenso, apariencia muy fresca y textura crujiente. Para mantenerlo en buen estado guárdelo en el refrigerador en una bolsa de plástico o de papel de estraza con perforaciones. No desprenda las hojas sino hasta el momento de prepararlo.

La uva

Originaria de la India, la vid es una de las plantas que el hombre cultiva desde tiempos inmemoriales. Los conquistadores españoles introdujeron la vid a tierras mexicanas, cuyo clima, semejante al del Mediterráneo, permitió que la planta se adaptara sin dificultad. Los principales estados productores en nuestro país son Aguascalientes, Baja California, Chihuahua, Coahuila, Durango y Querétaro.

Jugoso aporte nutrimental

Las uvas frescas proporcionan 71 kilocalorías por cada 100 g de porción comestible, además de potasio, fibra dietética, vitamina C, niacina, calcio y, en menor medida, ácido fólico.

Las mejores uvas son...

Las de consistencia firme, tamaño y color uniforme, sin magulladuras, zonas humedecidas o raspones. Una señal de que han estado almacenadas durante mucho tiempo es la cáscara arrugada. Las uvas se pueden conservar a temperatura ambiente hasta 3 o 4 días, en un lugar fresco y seco, o bien, en la parte más baja del refrigerador, en donde duran unos días más.

Ingredientes

(6 raciones)

3 tazas de arroz cocido, de preferencia arroz tipo paella para que quede suelto (1 taza de arroz crudo, 180 g). *

queso fresco en cuadritos (120 g)

***Alternativa**
Puede sustituir el arroz por pasta.

uvas moradas (250 g)

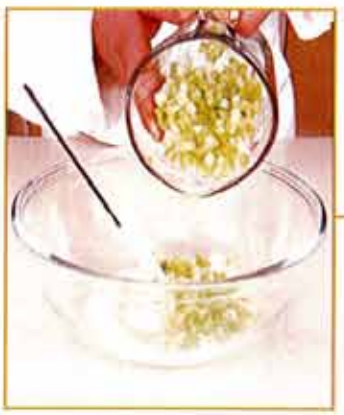
2 tallos de apio en cuadritos (130 g)

3 cucharadas de pasitas (30 g)

Preparación

1 En un recipiente grande mezcle el yogurt con el azúcar y la mayonesa.

2 Incorpore el apio, la manzana, las pasas y las nueces.



3 Por último, añada el arroz cocido y el queso y mezcle todos los ingredientes perfectamente.

3 manzanas en cuadritos (450 g)

nueces picadas (150 g)

3 cucharadas de azúcar (30 g)

6 hojas de lechuga desinfectadas (120 g)

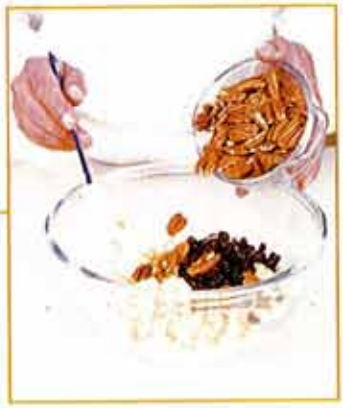
1/3 de taza de yogurt natural (80 ml)

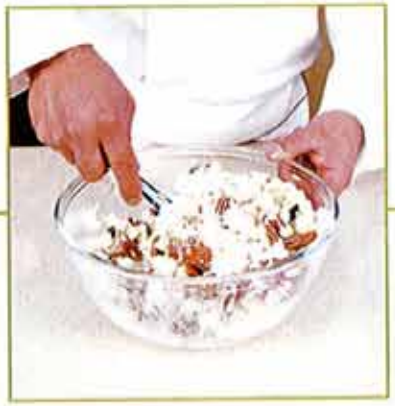
1/3 de taza de mayonesa (60 g)

Aporte nutrimental por ración

Kilocalorías	478
Proteínas	10 g
Grasas	27 g
Colesterol	27 g
Fibra dietética	3 g

Fotos Juan José Morín
Gastrónomo Joel Hassey Méndez
Fuente Nutrióloga María Rosa Ochoa Camposeco





4 Sirva y adorne con las hojas de lechuga y las uvas.

Foto Archivo

Crema para rasurar

Procedimiento

En la cacerola vierta el agua y añada la grenetina, revolviendo de manera uniforme con la cuchara. Deje hidratar durante 10 minutos.

Fotos Juan José Morín

Ingredientes

- 1 taza de hielo picado
- 1/2 taza de agua limpia
- 1/4 de taza de aceite para bebé o aceite mineral con lanolina (60 ml)*
- 2 cucharadas soperas de jabón de tocador neutro, previamente rallado
- 1 1/2 cucharadas soperas de grenetina natural (11 g)**
- 1 cucharada cafetera de su loción preferida

* Se consigue en farmacias grandes o droguerías.
** Se consigue en tiendas de materias primas.

Utensilios

- cacerola de peltre con capacidad de 2 litros (que no sea de aluminio)
- cuchara sopera
- licuadora
- recipiente de plástico o vidrio con capacidad de 1 litro
- envase de plástico o vidrio con tapa y capacidad de 1/2 litro*
- palita o cuchara de plástico
- papel celofán (suficiente para cubrir la boca del envase)
- etiqueta adherible

* Puede reciclar un envase de crema.

Al cabo de ese lapso, ponga a calentar la mezcla a fuego bajo y mueva con la cuchara hasta que la grenetina se disuelva por completo. Retire del fuego y, sin dejar de mover, añada el jabón. Una vez que se disuelva agregue el aceite y continúe moviendo hasta que se incorpore perfectamente.

Vierta el hielo picado en la licuadora y, con el motor encendido, añada poco a poco la mezcla anterior. Continúe licuando a alta velocidad hasta que la mezcla adquiera una consistencia cremosa; enseguida añada la loción y licue durante 15 segundos más para que se integre.

Fotos Juan José Morín

Vacíe la crema en el recipiente de 1/2 litro y deje reposar durante 3 horas. Transcurrido ese tiempo licue la mezcla de nuevo hasta que adquiera una consistencia cremosa.

Foto Juan José Morín

Envasado

Con ayuda de la palita vacíe la crema al envase de 1/2 litro, cubra la boca del envase con papel celofán y tape perfectamente. Coloque la etiqueta con el nombre del producto, fecha de elaboración y tiempo preferente de consumo.

Rendimiento:
500 ml, aproximadamente

Tiempo de preparación:
30 minutos

Tiempo de reposo:
3 horas

Beneficio

Al elaborar esta crema para rasurar obtiene un ahorro de hasta 50% en relación con un producto comercial.

Sabía usted que…

- Entre los romanos, la barba no era bien vista, sino hasta que el emperador romano Adriano (76 d.C.) se la dejó crecer para ocultar las cicatrices que tenía en el rostro.
- La máquina y la navaja de afeitar las inventó el norteamericano King Camp Gillette en 1901. Un año después se asoció con un ingenioso mecánico, William Nickerson, quien perfeccionó la máquina.
- En 1903, Gillette y Nickerson vendieron unas 150 máquinas y 150 hojas de afeitar. Sin embargo, al año siguiente las cifras aumentaron nada menos que a 90 mil y 12 millones, respectivamente.
- En 1931, año en el comenzó a venderse la máquina de afeitar eléctrica, invento de Jacob Schick, la rudimentaria máquina y la hoja de afeitar de Gillette comenzaron a caer en desuso. Al año siguiente, inesperadamente murió K. C. Gillette.

Fuente Pancracio Celdrán, Historia de las cosas, Ediciones Del Prado, España, 1995

Foto Archivo

Foto Juan José Morín

Conservación

- Para evitar que se reseque, guarde la crema para rasurar bien tapada en un lugar fresco o en el refrigerador, donde se conservará en buen estado hasta por un mes.

Modo de uso

Humedezca el área a rasurar, tome un poco de crema y aplíquesela de manera uniforme; procure dejar una capa delgada. Rasure deslizando el rastrillo en sentido contrario al crecimiento del vello.

Recomendaciones

- Para que la crema adquiera la consistencia deseada, no altere el orden de adición de los ingredientes.
- Si la crema se reseca, agregue 1/3 de taza de agua fría y licue hasta que adquiera una consistencia cremosa.

Foto Archivo

Tips, tips, tips

- Es preferible rasurarse después del baño, cuando los poros están abiertos.
- Para facilitar el rasurado, cuando se aplique la crema espere un minuto antes de pasar el rastrillo.
- Humedezca el rastrillo antes de iniciar el rasurado.
- Después de rasurarse, enjuáguese con agua fría para cerrar los poros.

Fuente Ingeniera en alimentos Claudia Islas García, Dirección General de Organización de Consumidores, **Profeco**

Pesque los mejores productos... con nuestra red

www.profeco.gob.mx

Lo que encontrará en nuestro sitio de Internet:

Información sobre precios de artículos de la canasta básica, medicamentos, electrodomésticos, pescados, útiles escolares y, en temporada, juguetes, entre otros. Además:

- La Ley Federal de Protección al Consumidor
- Tecnologías Domésticas Profeco
- Información acerca de nuestros servicios de orientación, asesoría y atención a quejas
- Resultados de los estudios de calidad publicados en la Revista del Consumidor
- El programa de radio El cuarto del consumo
- Ubicación de nuestras oficinas en el país

y mucho más...

Para que no lo pesquen distraído,
¡consulte nuestros servicios en línea!

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

¡Aguas con las drogas!

Por Jacqueline Ruiz

Casi todos sabemos que las drogas le hacen daño a nuestro cuerpo y a nuestra mente, pero a que no sabías que muchas de ellas pueden estar cerca de ti. Aprende a identificarlas y evítalas para proteger tu salud.

Tabaco

Efectos: La gente fuma porque es adicta a la nicotina (una de las muchas sustancias dañinas del tabaco), y generalmente empezó a fumar para sentirse "grande" y para ser admirada por los cuates.

El tabaco es una de las sustancias más peligrosas que hay, pone nervioso e irritable, mancha los dientes y las manos de amarillo, provoca mal aliento y su olor se adhiere al cabello y a la ropa. Pero lo peor es que su consumo es la principal causa de muchas enfermedades mortales, como cáncer en los pulmones, boca y garganta, así como de enfermedades del corazón. Además, el humo del cigarro contamina el aire que todos respiramos.

Cómo evitarlo: La solución en este caso es la confianza en ti mismo. No necesitas fumar o hacer cosas que te hagan daño para sentirte "grande", disfruta de tu edad y de las cosas que puedes vivir.

Si alguien fuma cerca de ti, pídele amablemente que apague su cigarro. Dile que el humo del cigarro te daña y que es tu derecho respirar aire limpio.

Alcohol

Efectos: El alcohol es una sustancia muy peligrosa, pues confunde la mente, hace que quien lo bebe arrastre la lengua y se tambalee; marea, provoca náuseas, vómito, y puede hacer que se pierda la conciencia de la realidad.

Tal vez no creas que el alcohol es tan peligroso si has visto a tus papás tomar en alguna fiesta o beber una cerveza para acompañar la comida. Para los adultos no es tan dañino si se bebe con moderación, pero para los niños, que están en pleno crecimiento, sí.

Cómo evitarlo: La gente generalmente recurre al alcohol porque tiene problemas consigo mismo o con los demás, y no sabe enfrentarlos o resolverlos. Con respecto a ti, es fundamental que sepas que papá y mamá te quieren, y que siempre te ayudarán a resolver tus problemas mientras aprendes a resolverlos por tu cuenta. Ten seguridad en ti mismo, recuerda que el alcohol no es divertido, tú sí, por eso no es necesario beberlo para estar "alegre".

Drogas ilegales

Efectos: Ya sea en tu casa o en la escuela, seguramente has oído mucho acerca de las drogas (mariguana, cocaína, éxtasis, etcétera) y del daño que pueden provocar al organismo.

La gente consume este tipo de drogas (que cuestan bastante dinero) porque creen que es el camino fácil para sentirse bien (por la sensación, para ser "alivianado" entre los cuates), sin embargo, cuando el efecto pasa, llega el "bajón" y resulta que la persona se siente muy mal física y mentalmente.

Además, las drogas generan dependencia, es decir, el cuerpo las reclama para que se vuelvan a consumir, porque sólo bajo sus efectos se obtiene bienestar. Esto hace que las personas que las consumen hagan cosas sumamente peligrosas para obtenerlas (como robar).

¡No te quedes callado!

Si alguien te ofrece alguna droga, tabaco o alcohol, aléjate de él y cuéntaselo a tus papás o maestros. No dudes de tu instinto si sientes que alguien no es de fiar o que puede hacerte daño, porque probablemente te lo hará.

Recuerda que un verdadero amigo jamás te pedirá que hagas algo que te haga daño. Un verdadero amigo no te pedirá que fumes, bebas alcohol o consumas algún tipo de droga. No aceptes estos ofrecimientos. No los aceptes tampoco de extraños. ¡Que no te dé pena decir no!

Recuerda siempre: el bienestar físico y mental está dentro de tus posibilidades si aprendes a vivir con seguridad y en armonía en tu casa, en la escuela, con tus amigos y en todas partes. Piensa siempre que tú no necesitas recurrir a las drogas para demostrar nada. Eres niño. Vive, disfruta tu niñez.

Al final, muchísima gente adicta termina en la cárcel, pierde a su familia y ¡hasta la vida!

Cómo evitarlas: De nuevo, la respuesta es la seguridad en ti mismo. Si confías plenamente en ti, en tu capacidad para estar bien con las cosas que tú tienes, con lo que debes vivir como niño, la curiosidad no te ganará, pues sabes que no necesitas ninguna droga para ser popular, sentirte bien o escapar de la realidad, y porque tienes el valor para enfrentar cualquier problema.

A todos nuestros lectores:
Les recordamos que esta sección es un espacio para que los consumidores compartan sus experiencias de consumo con los demás lectores. La Revista del Consumidor no tiene las facultades legales para intervenir en la solución de los problemas que se plantean, pero sí para brindar a los lectores la asesoría necesaria para que, a través de las instancias correspondientes (delegaciones Profeco, Condusef, Conamed, etcétera), resuelvan los conflictos que enfrentan con proveedores y prestadores de servicios.

Destape millonario

La empresa Pepsi Cola lanzó un concurso llamado "Destape millonario", en el que algunas taparroscas tenían impresa en su interior una cantidad de dinero. Los consumidores ganadores podían canjear las taparroscas premiadas con cantidades pequeñas en tiendas, y las de sumas mayores directamente en las instalaciones de la empresa.

Resulta que fui favorecido con un premio de un millón de pesos, por lo que me comuniqué a los teléfonos que se indican en las bases del concurso. La mujer que me atendió me puso muchas trabas y, al final, me dijo que el premio no se me iba a pagar. También hablé con el licenciado Litter González Luna, abogado particular de Pepsi Cola, quien me dio puras evasivas y me amenazó con situaciones de carácter penal.

Presenté un escrito ante la Dirección de Juegos y Sorteos de la Secretaría de Gobernación, pero me dijeron que tienen mucho trabajo y que tardarían en darme una respuesta.

No pretendo obtener ningún lucro de esto, simplemente creo que si me saqué un premio, lo justo es que me lo entreguen, por eso les pido que publiquen mi carta en la *Revista del Consumidor*, ya que como ciudadano mexicano tengo derecho a que mi queja sea escuchada.

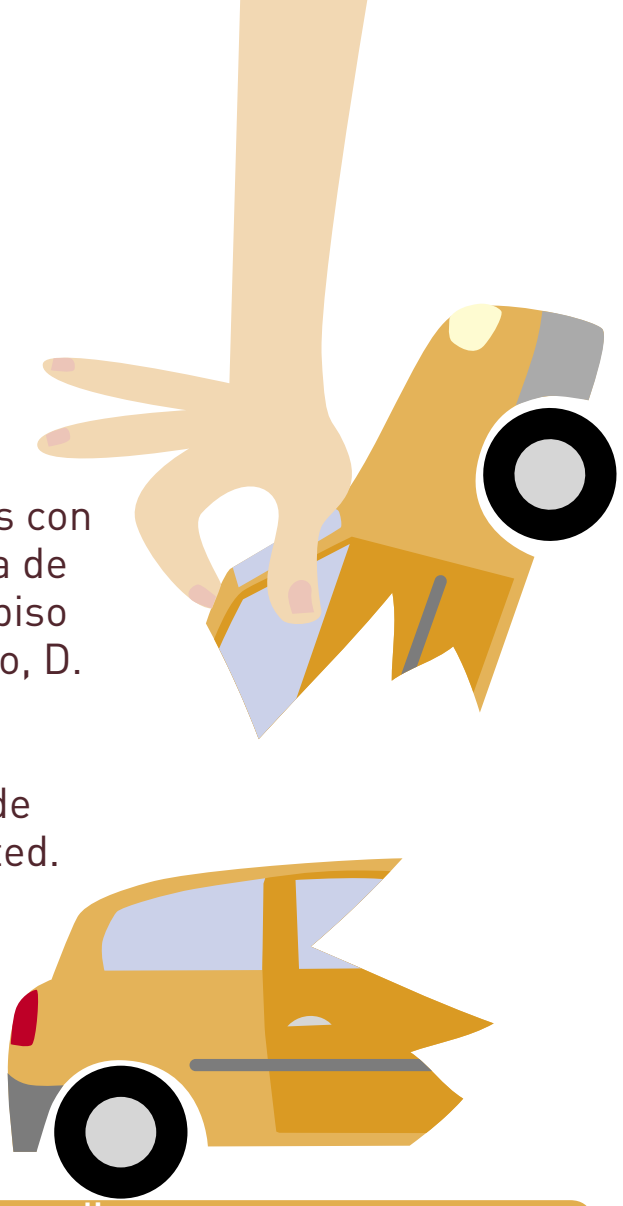
Bernardo Arroyo Martínez
Distrito Federal

Independientemente del escrito que ya presentó ante la Dirección de Juegos y Sorteos de la Secretaría de Gobernación, usted tiene todo el derecho de interponer su queja en la delegación **Profeco** más cercana a su domicilio si considera que la taparrosca que menciona es la ganadora de la promoción "Destape millonario".

No olvide llevar la taparrosca, una identificación oficial con fotografía, así como el nombre y el domicilio de Pepsi Cola. Después de que presente su queja, trataremos de resolver el problema y citaremos al proveedor para corroborar si efectivamente la taparrosca que usted tiene cumple con las características que establecen las bases del concurso.

En caso de que tenga alguna duda, llame al Teléfono del Consumidor: 01-800-468-8722.

Envíenos sus experiencias relacionadas con la contratación de servicios y la compra de productos a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, México, D. F., o a **rconsumidor@profeco.gob.mx**
No olvide incluir su nombre completo y una dirección o número telefónico donde podamos ponernos en contacto con usted.



Promociones a medias

El 26 de septiembre del año pasado levanté el pedido de compra de un Clío en la agencia Renault Universidad de la Ciudad de México. En ese momento dejé un depósito de $5,000, y el vendedor me ofreció una promoción en la que me darían $8,000 pesos en equipo al comprar el auto.

Un mes después pagué el 90 por ciento del valor del automóvil, así como los trámites de placas, tenencia, seguro, etc. Me prometieron que me entregarían el coche en un periodo de 3 a 5 días, pero me fueron posponiendo la fecha, incluso cuando ya había liquidado el valor total del auto, por lo que visité al gerente de ventas, el señor Nissen, quien me explicó que no tenían el automóvil, que se fabricaría en los próximos días y me lo entregarían el primero de diciembre.

El 3 de diciembre me llamaron para informarme que ya tenían el auto en la agencia, pero que no me harían válida la promoción de los $8,000 de equipo adicional (claro, cuando éste ya estaba instalado). Por supuesto que no acepté esta situación, y después de mucho discutir me entregaron el auto diez días más tarde a cambio de un pago de $1,700.

Renault Universidad se quedó con mi dinero durante seis semanas sabiendo que no tenía el automóvil en existencia y ni siquiera cumplió con la promoción ofrecida. Con este trato, ¿usted compraría en esa agencia?

Dr. Juan José Almaraz Navarro
Distrito Federal

Renault Universidad tiene la obligación de respetar los términos, plazos y demás condiciones conforme a los cuales se obligó al momento de la contratación.

Además, la agencia debe respetar la promoción que le ofreció al momento de adquirir el automóvil y, si usted cuenta con la promoción por escrito, de conformidad con lo establecido en el artículo 50 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, puede exigir ante **Profeco** su cumplimiento, aceptar otro bien o servicio equivalente o la rescisión del contrato.

De acuerdo con esta ley, usted puede presentar su queja en la Delegación **Profeco** más cercana a su domicilio. Para mayor información, le sugerimos contactarnos al teléfono 5568-8722.

En nuestro próximo número

Foto Juan José Morín

Al fogón

Los expertos de nuestro laboratorio se metieron a la cocina para decirle cuál es la estufa más segura, la más duradera y la que calentará mejor sus platillos. A partir de la información que le ofrecemos en nuestras páginas, elija la estufa que más le convenga.

Foto Juan José Morín

Sanas golosinas

Las bebidas lácteas fermentadas y los helados son los refrigerios favoritos de muchos niños y no tan niños. Descubra en estos estudios de nuestro laboratorio cuáles son los de mejor calidad.

Foto Archivo

Niños bien cuidados

Confiar el cuidado de nuestros pequeños a una guardería no es tarea fácil. En esta radiografía de los servicios le decimos lo que debe considerar antes de elegir una guardería, para que se sienta tranquila cada vez que deje a sus hijos en ella.

Foto Javier Caballero

¿La vida no vale nada?

La depresión, una enfermedad que padecen 10 millones de mexicanos, es quizá una de las más discapacitantes y difíciles de superar. En este artículo le decimos qué la provoca, a quiénes afecta más y cómo superarla.

Foto Archivo

Viaje seguro

Si en estas vacaciones de verano está planeando salir a carretera, consulte esta práctica guía en la que le diremos todo lo que un conductor debe saber antes de aventurarse a tomar el camino y durante su trayecto.

La *Revista del Consumidor,* publicada mensualmente por la Procuraduría Federal del Consumidor (**Profeco**), está destinada a informar y a orientar sobre temas de consumo. Información sobre suscripciones, ventas y contratación de espacios para mensajes institucionales en al teléfono 5553-0574. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la opinión de la revista ni de Profeco: se incluyen a partir de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y diálogo entre corrientes de opinión. Está permitida la reproducción de los estudios del Laboratorio y/o los análisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intención de informar a grupos más amplios de la población. **No se autoriza la utilización de la información publicada en la revista con fines publicitarios o comerciales.**
Los análisis de precios y los sondeos de preferencias de los consumidores se publican como una referencia válida para las fechas indicadas en cada caso y son independientes de las acciones de verificación y otras que Profeco lleve a cabo en el cumplimiento de sus funciones.
Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, con el número PP09-0336. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en los Talleres Gráficos de México, Canal del Norte 80, colonia Felipe Pescador, C. P. 06280, México, D. F. Editora responsable: Mónica Braun. Tiraje: 80,000 ejemplares.

¿Bueno?
sí, también bonito y barato

Teléfono del Consumidor

En el D.F., 5568-8722 y 01-800-468-8722, larga distancia sin costo desde cualquier lugar de la República.
Con 60 líneas a su disposición todos los días del año*.

El servicio personalizado que le brinda información sobre precio y calidad de productos, además:

- Orientación sobre quejas y denuncias
- Asesoría y orientación jurídica
- Ubicación de las oficinas de **Profeco** en todo el país
- Información sobre los Ángeles Blancos de **Profeco**
- Resultados de los estudios de calidad del Laboratorio **Profeco**
- Información sobre quién es quién en el envío de dinero desde Estados Unidos a México
- Suscripciones a la Revista del Consumidor
- Información sobre organizaciones de consumidores

Porque al que no habla no se le oye...
¡utilice el Teléfono del Consumidor!

* De lunes a viernes de 8:00 a 19:00 hrs.
Sábados y domingos de 10:00 a 18:00 hrs.

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Adicciones

Por José Armando Aguilar y Mónica Linares

Grupo en el que se observa el mayor índice de **consumo** de **drogas** en **México**: **varones** de **18** a **34 años**.

Porcentaje de la **población mexicana** que consume **cocaína** y **mariguana**: **0.3%** y **0.6%**, respectivamente.

Número de **consumidores** de **drogas ilegales** que, según la **ONU**, existen en el mundo: **185 millones**.

Grupos que consumen **alcohol** en mayor medida: **hombres** y **jóvenes**.

Droga ilegal de más consumo en el mundo y en México: **mariguana**.

Número de personas entre **12** y **65 años** que consumen **alcohol** en **México**: poco más de **32 millones**, los cuales tienen un consumo anual per cápita de **2.8 litros**.

Número de **mexicanos** que han **consumido drogas**, sin incluir tabaco y alcohol: **3.5 millones**.

Principal rango de edad en el que los **adolescentes comienzan** a **fumar**: entre los **15** y **17 años**.

Porcentaje de **mujeres fumadoras** en áreas urbanas: **16.1%**.

Porcentaje de **hombres fumadores** habitantes de zonas urbanas en México: **39.1%**.

Número de **fumadores mexicanos** en poblaciones urbanas entre **12** y **16 años** de edad: casi **14 millones**.

Fuentes Encuesta Nacional de Adicciones 2002, SSA • Documento Salud: México 2002, SSA • Revista Encuesta, febrero 2003

Exhibir hasta el 30 de junio de 2004